

## **Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Keragaman Budaya dalam Perspektif Antropologi**

**Suciyadi Ramdhani**

(Ilmu Al-qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin Adab dan dakwah,  
IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

Email: [suciyadiramdhani@gmail.com](mailto:suciyadiramdhani@gmail.com)

### *Article History*

**Submitted:** 01.04.2020; **Revised:** 12.05.2020; **Accepted:** 21.06.2020;

### **Abstract**

*This article aims to explain the contribution of creative economic development in the effort to lift local cultural diversity in Indonesia, which is examined in the perspective of anthropology. Through a two-month literature study, The authors found that the development of the creative economy at least resulted in two implications of reducing community economic gaps and efforts to foster cultural work in Indonesia. The first implications show that according to the survei of Badan Pusat Statistik (BPS) and Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), the contribution of creative economy to the country's income are large and increase continuously. The second implication shows that the potential to explore cultural diversity in Indonesia is one of them by developing a distinctive cultural product that is locally characterized. In anthropology perspective, culture and creative economy have a correlation which both come from an infinite human idea. Through ideas, both finds their base in converting social capital into economic capital and vice versa.*

**Keywords:** Anthropology, Culture, Creative Economy.

### **Abstrak**

Tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan kontribusi pengembangan ekonomi kreatif dalam upaya mengangkat keragaman budaya lokal di Indonesia yang dikaji dalam

perspektif Antropologi. Melalui kajian literatur yang dilakukan selama dua bulan, penulis menemukan bahwa adanya pengembangan ekonomi kreatif setidaknya menghasilkan dua implikasi, yaitu upaya menurunkan kesenjangan ekonomi masyarakat dan upaya menumbuhkan hasil karya budaya di Indonesia. Implikasi pertama menunjukkan bahwa menurut survei Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif, kontribusi ekonomi kreatif terhadap pendapatan negara cukup besar dan terus meningkat setiap tahunnya. Implikasi kedua menunjukkan bahwa potensi untuk menjelajah keragaman budaya di Indonesia salah satunya adalah dengan mengembangkan produk budaya yang khas dan bercirikan lokal. Dalam perspektif antropologi, budaya dengan ekonomi kreatif memiliki korelasi yang mana keduanya dilahirkan dari ide manusia yang tidak terbatas. Melalui ide, ekonomi kreatif dan kebudayaan menemukan pangkalnya dalam mengonversikan modal sosial menjadi modal ekonomi maupun sebaliknya.

**Kata Kunci:** Antropologi, Budaya, Ekonomi Kreatif.

## PENDAHULUAN

Sejak lama para Bapak Bangsa telah memikirkan model pembangunan yang tepat bagi Indonesia. Manifesto politik yang dibuat menjelang kemerdekaan seperti Pancasila hingga Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 telah dirumuskan sedemikian rupa di tengah gejolak sosial-politik pra-kemerdekaan. Jelas bahwa rumusan dasar negara tersebut tidak dibuat sekehendak, melainkan dibuat dengan mempertimbangkan situasi sosial dan politik di Indonesia sehingga saat ini warga Indonesia turut merasakan dampak dari rumusan dasar negara yang telah berpuluh tahun dibuat karena telah menjadi acuan pembangunan Indonesia. Menariknya, salah satu ruh Pancasila, *Bhinneka Tunggal Ika* dan UUD 1945 didasarkan pada fakta bahwa negara Indonesia dibangun oleh kemajemukan warga negaranya. Hal itu sepertinya sudah lama disadari oleh bapak bangsa bahwa pembangunan Indonesia adalah pembangunan yang didasarkan

pada keragaman, dan semua itu dirangkum dalam dasar negara yang mewadahi semua golongan di Indonesia<sup>1</sup>.

Lantas apakah pembangunan yang didasarkan pada keragaman masih relevan di era kontemporer? Untuk menjawab pertanyaan ini, hal yang perlu dicermati adalah dasar negara Indonesia yakni Pancasila masih memiliki eksistensi yang kuat hingga saat ini. Meskipun ada beberapa kelompok tertentu yang ingin menggantikan Pancasila dengan ideologi lain, nyatanya Pancasila masih dibutuhkan untuk merangkum berbagai elemen masyarakat di Indonesia<sup>2</sup>. Maka pembangunan dengan mengacu pada keragaman budaya masih diperlukan di Indonesia.

Menurut Marzali tidak ada ideologi maupun model pembangunan yang berlaku secara umum, masing-masing memiliki cara sendiri untuk mencapai visinya sesuai dengan budaya mereka<sup>3</sup>. Jadi, persoalan pokok pembangunan di Indonesia terletak pada bagaimana cara merencanakan pembangunan ekonomi-sosial yang selaras dengan nilai-nilai kultural bangsa Indonesia karena sejak kelahirannya Indonesia disatukan oleh perbedaan. Itu pula mengapa ideologi Pancasila membuka ruang pada pembangunan ekonomi-sosial yang berdasarkan pada keragaman budaya.

Kendati demikian, sudah pasti selalu ada tantangan dalam setiap pembangunan terutama pada masyarakat multikultur seperti Indonesia. Ada yang merasa tidak puas, ada kesenjangan mayoritas-minoritas, ada ancaman-ancaman, bahkan pada beberapa kasus ditumpahkan menjadi konflik antargolongan<sup>4</sup>. Pelbagai upaya telah dilakukan meski realitanya masih ada upaya-upaya memecah belah bangsa. Ragamnya sukubangsa

---

<sup>1</sup> Gina Lestari, 'Bhinneka Tunggal Ika: Khasanah Multikultural Indonesia Di Tengah Kehidupan SARA', *Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 28.1 (2016), pp. 31–37.

<sup>2</sup> Risladiba Risladiba and Dadang Sundawa, 'Implementation of Pancasila Values in Dayak Hindu-Budha Bumi Segandu Community to Make Good and Smart Citizens', in *Annual Civic Education Conference (ACEC 2018)* (Atlantis Press, 2018), p. 406.

<sup>3</sup> Amri Marzali, *Antropologi Dan Pembangunan Indonesia* (Jakarta: Prenada Media Group).

<sup>4</sup> Parsudi Suparlan, *Sukubangsa Dan Hubungan Antar-Sukubangsa* (Jakarta: YPKIK Press, 2005).

dan agama memiliki dua dampak yang bertentangan. Disatu sisi merupakan kekuatan, disisi lain menjadi faktor terjadinya perpecahan dan konflik.

Dibalik itu, sebenarnya yang dibutuhkan Indonesia saat ini adalah menerapkan model pembangunan yang mengadaptasi situasi kontemporer. Situasi dimana masyarakat Indonesia memasuki era global sehingga persoalan besar bangsa ini bukan lagi adanya perbedaan budaya, tapi merawat perbedaan menjadi sebuah modal sosial untuk “melawan” kekuatan global. Karena bagaimanapun akhir dari sebuah pembangunan adalah tentang hak-hak warga negara untuk sejahtera secara ekonomi maupun sosial.

Upaya yang bisa dilakukan adalah menemukan solusi pengembangan masyarakat dengan memanfaatkan potensi dan karakteristik budaya di daerahnya. Salah satu implementasinya adalah mengembangkan potensi ekonomi kreatif di Indonesia. Mengutip dari Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi<sup>5</sup>.

Ekonomi kreatif juga merupakan era baru gelombang peradaban ekonomi dunia yang oleh Alvin Toffler dalam bukunya “The Third Wave” telah dikemukakan bahwa peradaban ekonomi manusia melewati beberapa fase di antaranya fase pertanian, fase industri, dan fase informasi<sup>6</sup>. Kemudian diprediksikan fase keempat adalah fase yang diorientasikan pada ide dan gagasan kreatif, yang saat ini disebut sebagai ekonomi kreatif. Fase informasi masuk dalam fase paling berpengaruh dalam berkembangnya fase ekonomi kreatif, karena pada fase tersebut manusia semakin ketergantungan dengan teknologi sehingga perkembangan pengetahuan begitu cepat dan hal itu pula yang menjadi modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif, yaitu *stock of knowledge*.

---

<sup>5</sup> Elka Mari Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Cetak Biru Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008).

<sup>6</sup> Alvin Toffler, *The Third Wave* (New York: Bantam Book, 1980).

Pengembangan ekonomi kreatif yang dimaksud disini adalah pengembangan potensi produk berbasis kebudayaan lokal, yang oleh Koentjaraningrat disebut wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia<sup>7</sup>. Maka Indonesia yang memiliki keragaman budaya dengan segala hasil karyanya memiliki potensi besar mengingat ekonomi kreatif adalah sumber daya yang tidak terbatas karena modal utamanya adalah ide, gagasan, dan kreativitas.

Di samping itu, pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia merupakan peluang dan upaya konkret untuk menjadikan keragaman budaya di Indonesia menjadi sebuah kekuatan. Terlebih dalam pengembangan ekonomi kreatif sejatinya membutuhkan pendalaman terhadap karakter budaya penduduknya yang beragam dan tidak dapat disamakan satu sama lainnya sehingga dalam prosesnya tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan ekonomi saja, tapi juga cara lain untuk mengangkat keragaman budaya yang ada di Indonesia. Dengan begitu diharapkan dapat memunculkan rasa bangga dan penghargaan terhadap budaya orang lain di bawah payung bangsa Indonesia.

Perhatian utama dalam tulisan ini adalah kontribusi pengembangan ekonomi kreatif dalam upaya mengangkat keragaman budaya di Indonesia, yang diharapkan juga dapat memperlihatkan bahwa keragaman budaya itu sebagai modal utama pembangunan bangsa yang telah dirumuskan dari awal lahirnya Indonesia, yang menurut Kong modal-modal tersebut perlu diturunkan menjadi kebijakan yang berdampak secara luas pada masyarakat<sup>8</sup>. Kebijakan tersebut akan berpengaruh secara langsung pada pembangunan masyarakat baik secara ekonomi maupun sosial<sup>9</sup>.

Topik ini menjadi perhatian karena dalam kasus-kasus konflik di Indonesia, ekonomi merupakan salah satu faktor pemecah konflik,

---

<sup>7</sup> Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).

<sup>8</sup> Lily Kong, 'Ambitions of a Global City: Arts, Culture and Creative Economy in "Post-Crisis" Singapore', *International Journal of Cultural Policy*, 18.3 (2012), pp. 279–94.

<sup>9</sup> Nicola Boccella and Irene Salerno, 'Creative Economy, Cultural Industries and Local Development', *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223 (2016), pp. 291–96.

termasuk adanya kesenjangan ekonomi di antara kelompok<sup>10</sup>. Maka melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis kebudayaan lokal, setidaknya ada dua implikasi yang dihasilkan, yaitu upaya menurunkan kesenjangan ekonomi masyarakat dan upaya menumbuhkan kesadaran akan keragaman di Indonesia. Melalui perspektif antropologi, tulisan ini akan berfokus pada implikasi kedua yaitu menumbuhkan kesadaran akan keragaman.

Tulisan ini merupakan kajian literatur, dengan pengumpulan data bersumber dari buku dan artikel yang berkaitan dengan antropologi desain, ekonomi kreatif, dan keragaman budaya. Setelah diperoleh data-data yang dibutuhkan, selanjutnya penulis mereduksi data ke dalam kategori-kategori yang berkaitan dengan topik yang disajikan dalam pembahasan seperti etnogenesis keragaman di Indonesia, korelasi antara ekonomi kreatif dengan keragaman budaya, serta fungsi ide sebagai modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif dan kebudayaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Lahirnya Indonesia dalam Keragaman**

Jika dirunut sejarahnya, kelahiran negara Indonesia tidak bisa lepas dari jejak-jejak kolonialisasi. Pemerintah Hindia Belanda menjelajah banyak wilayah di nusantara yang saat itu masih merupakan kelompok-kelompok etnik otonom. Masing-masing daerah dengan sukubangsanya memiliki hubungan terbatas terutama untuk kepentingan berdagang<sup>11</sup>. Pemerintah kolonial mempekerjakan orang-orang dari satu wilayah ke wilayah lainnya di nusantara, yang secara tidak langsung justru mempertemukan budaya satu dengan budaya lainnya. Di sisi lain golongan terpelajar di beberapa daerah semakin banyak dan menyadari akan pentingnya rasa nasionalisme yang seharusnya dimiliki setiap orang di wilayah jajahan pemerintah kolonial saat itu.

Keadaan itu semakin mempertegas posisi Indonesia untuk menjadi suatu negara yang berdaulat, di tengah beragamnya kebudayaan di

---

<sup>10</sup> Van. G Klinken, *Perang Kota Kecil: Kekerasan Komunal Dan Demokratisasi Di Indonesia* (Jakarta: Yayasan Obor, 2007).

<sup>11</sup> J.S Furnivall, *Colonial Policy and Practice* (London: Cambridge University Press, 1984).

wilayah Hindia Belanda. Kesadaran tentang keragaman budaya tersebut justru pada akhirnya menginspirasi sekelompok kecil elit nusantara dari berbagai daerah nusantara untuk bersatu. Bersatu di atas perbedaan yang direpresentasikan dengan slogan ‘Bhinneka Tunggal Ika’<sup>12</sup>. Lahirnya Indonesia terbentuk dari sukubangsa yang berbeda, namun dipersatukan oleh perasaan senasib sepenanggungan. Meskipun tidak mengenal satu sama lain, namun keinginan untuk hidup lebih baik membangunkan jiwa nasionalis bangsa saat itu. Tak peduli berasal dari sukubangsa, agama, dan bahasa apapun, semua terikat atas nama bangsa yang oleh Benedict Anderson disebut sebagai komunitas imajiner<sup>13</sup>.

Bangsa merupakan komunitas imajiner karena mustahil bagi sebagian besar individu atau kelompok dari suatu wilayah untuk benar-benar berinteraksi dengan individu atau kelompok di wilayah lainnya. Namun itulah klimaksnya, bahwa imaji yang dibangun atas dasar kesamaan tujuan hidup telah memberikan semangat baru kebangsaan dengan pondasi sukubangsa dan agama yang berbeda-beda. Pengalaman historis lahirnya bangsa ini sejatinya telah menunjukkan bahwa perbedaan budaya (sukubangsa dan agama) bukan hambatan dalam membangun kehidupan bersama pada suatu bangsa. Justru perbedaan itu yang menjadi senjata utama bangsa saat itu.

Maka jika direfleksikan pada saat ini, sebenarnya pemahaman terhadap historis bangsa merupakan kunci utama untuk membangun masa depan keragaman di Indonesia. Kesadaran bagaimana negara ini terbentuk dan kesadaran bahwa aktor-aktor dibalik perjuangan bangsa ini dibangun dari latar belakang budaya yang beragam merupakan modal utama untuk mengembangkan kebhinekaan Indonesia. Kenyataan Indonesia terdiri dari berbagai budaya merupakan hal yang tidak dapat dipungkiri. Realitas tersebut harus berhadapan dengan kebutuhan mendesak untuk

---

<sup>12</sup> Marzali.

<sup>13</sup> Anderson Benedict, *Komunitas-Komunitas Imajiner: Renungan Tentang Asal-Usul Dan Penyebaran Nasionalisme* (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999).

merekonstruksi kembali kebudayaan nasional sebagai perekat bangsa Indonesia<sup>14</sup>.

Dengan kata lain, cerminan masa lalu tersebut sangat relevan untuk kemajuan suatu negara di era kontemporer<sup>15</sup>. Salah satunya mengembangkan aktivitas atau program yang menunjukkan bahwa keunikan budaya Indonesia adalah modal sosial sekaligus modal ekonomi bagi warga masyarakatnya sebagaimana bisa dilakukan dengan mengembangkan potensi ekonomi kreatif di berbagai wilayah Indonesia.

### **Kesadaran atas Keragaman**

Pada dasarnya tidak ada suatu nilai yang mutlak sama di antara kebudayaan di dunia. Pandangan tersebut lahir dari kajian Antropologi yang semakin berorientasi pada deskripsi kebudayaan (etnografi) di dunia terutama sekitar abad ke-19<sup>16</sup>. Dalam perkembangannya, sosialisasi tentang relatifitas budaya semakin besar disuarakan oleh para Antropolog terutama melalui penelitian-penelitian etnografi seiring dunia masih dirundung kasus-kasus etnosentris dan rasisme.

Melalui etnografi, gambaran tentang budaya kelompok etnik atau bangsa tertentu di dunia semakin berkembang, terutama saat para penjelajah di masa kolonial berkunjung ke tempat-tempat yang mereka anggap sangat berbeda dengan kebiasaan Orang-Orang Barat. Adanya perbedaan itulah yang mendorong suburnya dokumentasi tentang budaya-budaya yang berbeda dari berbagai belahan dunia yang unik, khususnya budaya bangsa-bangsa yang saat itu masuk dalam penguasaan kolonial. Hasil karya-karya etnografi tersebut dikumpulkan dan dibandingkan untuk menelusuri lebih jauh persamaan dan perbedaan kebudayaan di dunia satu sama lain, yang biasa disebut etnologi<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> Rima Trianingsih, 'Pendidikan Dalam Proses Kebudayaan Yang Multikultural Di Indonesia', *Tarbiyatuna: Kajian Pendidikan Islam*, 1.1 (2017), pp. 1–12.

<sup>15</sup> Norman Arce, Alberto dan Long, *Anthropology, Development, and Modernities* (London: Routledge, 2000), p. 5.

<sup>16</sup> Alan Barnard, *History and Theory in Anthropology* (London: Cambridge University Press, 2004)..

<sup>17</sup> Barnard.

Para Antropolog tidak hanya membawa arsip tentang *folklore* atau pengetahuan budaya lokal, tetapi juga artefak maupun peralatan yang biasa digunakan oleh sukubangsa tersebut dalam kesehariannya, termasuk hasil keterampilan tangan masyarakat lokal yang tentunya tidak ditemukan dalam kebudayaan Barat saat itu. Uniknya, benda-benda dari berbagai bangsa ini menjadi salah satu perhatian utama dalam mengangkat keragaman budaya manusia.

Bagaimanapun, hasil karya yang diciptakan oleh suatu sukubangsa/bangsa tidak akan luput dari nilai budaya sukubangsa/bangsa tersebut. Itu pula mengapa hingga saat ini, artefak maupun benda-benda khas yang dimiliki suatu sukubangsa/bangsa tertentu menjadi perhatian dalam dunia desain karena penciptaan desain yang baik didasarkan pada orientasi manusia<sup>18</sup>. Bahkan secara umum, benda atau karya yang diciptakan dari suatu kebudayaan tersebut telah menjadi ikon kebanggaan masing-masing daerah, terlebih telah menjadi kebanggaan suatu bangsa. Misalnya saja produk-produk yang dihasilkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat yang didasarkan pada kreativitas budaya<sup>19</sup>, seperti bambu atau benda-benda yang material dan bentuknya terinspirasi dari sumberdaya lokal.

Di era modern, upaya untuk mengangkat keragaman budaya diperlukan suatu kreativitas. Prinsipnya, semakin kita mengenal budaya orang lain semakin besar kemungkinan kita untuk menghargai perbedaan orang lain tersebut.

Pentingnya keanekaragaman budaya yang saling memberi manfaat dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, tercantum dalam laporan Konstitusi UNESCO (1945) yang bertujuan antara lain<sup>20</sup>: (1) Untuk menganalisis keanekaragaman budaya dari segala aspek dengan mencoba menunjukkan kerumitan proses terjadinya sekaligus juga berupaya mengidentifikasi benang merah dari berbagai macam interpretasi yang

---

<sup>18</sup> Wendy Gunn & Jared Donovan, *Design and Anthropology* (Burlington: Ashgate Publishing Ltd, 2012), p. 3.

<sup>19</sup> John Liep, *Locating Cultural Creativity* (Virginia: Pluto Press, 2001), p. 12.

<sup>20</sup> Widiastuti Widiastuti, 'Analisis SWOT Keragaman Budaya Indonesia', *Jurnal Ilmiah Widya*, 4.2 (2013), pp. 8–14.

mungkin. (2) Untuk menunjukkan pentingnya keanekaragaman budaya dalam berbagai bidang (bahasa, pendidikan, komunikasi dan kreativitas) yang walaupun memiliki fungsi intrinsik yang berbeda-beda, namun dapat dianggap penting untuk perlindungan, pelestarian, dan promosi keanekaragaman budaya; dan (3) Untuk mengajak para pengambil keputusan dan pemangku kepentingan agar memahami pentingnya berinvestasi dalam keanekaragaman budaya sebagai aspek penting dalam dialog antarbudaya, karena hal ini dapat memperbarui berbagai pendekatan terhadap pembangunan berkelanjutan, memastikan terlaksananya hak asasi manusia secara efektif dan kebebasan yang diakui secara universal, serta memperkuat kohesi sosial dan pemerintahan yang demokratis.

### **Ekonomi Kreatif dan Keragaman Budaya di Indonesia**

Perihal temuan suatu benda atau karya yang khas dari suatu kebudayaan sukubangsa, sebenarnya dalam pendekatan Antropologi bukan hanya menyoal apa yang dia lihat (*tangible*) saja, tapi juga memahami nilai atau makna dari apa yang dia lihat<sup>21</sup>. Seberapa penting benda tersebut bagi kebudayaannya? bagaimana filosofi diciptakannya benda tersebut? apakah bisa dirubah bentuknya? seberapa jauh benda tersebut disucikan? Dan masih banyak pertanyaan mendalam yang muncul perspektif Antropologi.

Semua demi sasaran utama memperkenalkan budaya lokal di Indonesia. Perlu digarisbawahi bahwa untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif, individu atau kelompok bukan semata sebagai objek, tapi juga dilibatkan sebagai subjek. Mereka memiliki pengetahuan yang lahir dari lingkungan yang khas (lokalitas), dan seperti diketahui bahwa pengetahuan itu tidak pernah terbatas dan akan terus berkembang. Ini sangat bermanfaat agar pengembangan ekonomi kreatif mengedepankan sisi keanekaragaman kebudayaan di Indonesia. Dengan begitu, karya-karya yang dihasilkan akan memiliki unsur kelokalan yang khas.

---

<sup>21</sup> Donovan, p. 6.

Indonesia sebagai negara yang budayanya beragam memiliki potensi besar dalam pengembangan produk inovatif dan kreatif berbasis kearifan lokal. Inovatif karena budaya masyarakat memiliki identitas yang tidak selalu dimiliki kelompok lain, maka hasil karyanya pun relatif khas. Kreatif karena adanya keahlian alami yang dimiliki penduduk lokal diiringi dengan usaha pengembangan masyarakat yang memiliki nilai lokal dan bersentuhan dengan nilai modern.

Indonesia memiliki potensi kekayaan budaya yang beragam sebagai pondasi tumbuhnya industri kreatif. Keragaman budaya itu sendiri sebagai modal utama dalam pengembangan industri kreatif, yakni dengan munculnya aneka ragam kerajinan dan berbagai produk lain yang telah memunculkan pula berbagai bakat (*local talent*) yang diwariskan turun temurun. Karena jika berbicara tentang warisan budaya, kreasi bangsa Indonesia telah ada sejak ratusan tahun lalu. Baik dalam bidang arsitektur, kuliner, maupun produk-produk yang selama ini terbuat dari material lokal yang khas. Misalnya jamu yang merupakan hasil kreativitas lokal dalam bidang kesehatan, lalu batik sebagai warisan fesyen yang sudah begitu terekspos dunia. Begitu pula arsitektur-arsitektur rumah adat yang ada di banyak daerah.

Setidaknya ada beberapa kekuatan yang mendukung Indonesia dalam mengembangkan potensinya dalam bidang kebudayaan. Menurut Widiastuti, nilai-nilai budaya yang tertanam di dalam masyarakat Indonesia dapat dimanfaatkan dengan baik antara lain<sup>22</sup>: 1) dibandingkan dengan negara lain di dunia, keragaman budaya Indonesia sangat bervariasi, unik, dan lengkap karena dipengaruhi oleh keadaan alam dengan kondisi geografis, flora dan fauna yang berbeda antara wilayah Indonesia bagian Barat, Tengah dan Timur; 2) keunikan dan kekhasan budaya lokal mulai dari sistem kekerabatan, etika pergaulan, pakaian adat, rumah adat, tari tradisional, alat musik tradisional, senjata tradisional, bahasa dan dialek, instrumen dan lagu daerah, pengetahuan pengobatan dan pengetahuan kuliner; 3) merupakan hal yang menarik pandangan

---

<sup>22</sup> Widiastuti, pp. 8–14.

bangsa lain yang ingin mempelajari, mencoba, menikmati bahkan memiliki hasil budaya lokal di Indonesia.

Bisa dibayangkan bahwa budaya Indonesia yang beragam, dapat menghasilkan banyak produk kreatif berbasis budaya lokal yang beragam pula yang pada akhirnya menggerakkan ekonomi masyarakat dan menumbuhkan rasa kecintaan terhadap Indonesia yang multikultural. Dengan adanya rasa kecintaan terhadap bangsa, maka bukan hal mustahil jika Indonesia bisa menjadi negara yang pembangunan ekonominya bersumber pada kekayaan kreativitas, bukan lagi sumber daya alam yang terbatas. Setidaknya hasil survei BPS dan Badan Ekonomi Kreatif (2017) menunjukkan dampak positif dari pengembangan ekonomi kreatif Indonesia yang terus meningkat setiap tahun. Pada prinsipnya, pembangunan ekonomi berbasis kreativitas ini bisa berdampak kepada aspek sosial karena nyatanya industri ini berperan dalam memberdayakan masyarakat lapisan bawah sebagai pelaku usahanya<sup>23</sup>. Maka jelas bahwa ekonomi kreatif juga menyentuh beragam lapisan masyarakat dalam pembangunannya.

### **Ide sebagai Pangkal Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan**

Berbeda dengan sumber daya lain yang terbatas (contoh: sumber daya alam), ekonomi kreatif bertumpu pada ide manusia. Artinya bahwa selama manusia masih bisa berfikir dan menghasilkan kreativitas, maka ekonomi kreatif akan terus berlangsung. Begitupun dengan budaya yang berasal dari ide manusia dan dimanifestasikan melalui tindakan tidak terbatas selama eksistensi manusia itu masih ada.

Menurut John Howkins (dalam Mauled Moelyono, 2010:218), tokoh yang pertama kali mengenalkan ekonomi kreatif dalam bukunya yang berjudul “Creative Economy, How People Make Money from Ideas”, menjelaskan bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan dan lingkungan sebagai tumpuan masa depan<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Badan Ekonomi Kreatif, ‘Data Statistik Dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif’, Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif, 2017.

<sup>24</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan Dan Keutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010)..

Tumpuan masa depan yang dimaksud adalah bagaimana sebenarnya peradaban masa depan bukan lagi tergantung dengan sumber daya yang terbatas sebagai penggerak kehidupan ekonomi manusia, melainkan ide dan kreativitas manusia sebagai sumber penggerak ekonomi yang dilandaskan pada budaya, warisan, dan lingkungan manusia.

Hal itu memberikan kesempatan yang sangat luas kepada manusia untuk mengeksplorasi keragaman budayanya sebagai modal ekonomi sekaligus modal sosial. Setidaknya selain pelaku ekonomi kreatif mendapatkan penghasilan dari kreativitasnya, budaya yang dimaksud juga dapat terpelihara dan terwariskan secara turun temurun. Oleh karena itu, Indonesia sebagai negara multikultural adalah contoh terbaik untuk mengembangkan kelebihannya itu melalui pengembangan ekonomi kreatif.

Kreativitas merupakan upaya untuk menciptakan sesuatu yang unik dan berkelanjutan dalam menciptakan solusi dari sebuah masalah. Artinya bahwa syarat untuk berpikir dan bertindak kreatif adalah melakukan sesuatu yang tidak biasanya dilakukan (*out of the box*). Dalam ekonomi kreatif, pencapaian tingkat kreativitas yang baik adalah memunculkan sesuatu yang baru, atau biasa disebut inovasi. Inovasi tidak dapat dilepaskan dari kreativitas karena kreativitas merupakan faktor pendorong munculnya penemuan baru (*inovasi*) atau memanfaatkan penemuan yang sudah ada (*invention*)<sup>25</sup>. Dengan begitu, ekonomi kreatif dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan mengingat kreativitas tidak terbatas.

Sumber daya yang berasal dari kreativitas selalu dapat diperbarui sebagaimana ide manusia yang tidak terbatas. Cara-cara manusia mengorganisasikan ide menjadi suatu materi, didasarkan oleh kebutuhan manusia untuk memenuhi aspek ideal dalam budayanya, sehingga kreativitas sebagai dasar penggerak ekonomi kreatif akan terus bermunculan. Itu pula mengapa Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan kreativitas budaya menjadi suatu modal dalam mensosialisasikan keragaman melalui aspek kebudayaan material.

---

<sup>25</sup> Rensi Mei Nandini, 'Dampak Usaha Ekonomi Kreatif Terhadap Masyarakat Desa Blawe Kecamatan Purwoasri', *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 4.1 (2016), 1–11.

Kebudayaan material yang dimaksud adalah kebudayaan benda hasil karya manusia yang dapat dilihat secara langsung dan memiliki sumber inspirasi serta narasi budaya dari pelaku kreatif yang dimanifestasikan menjadi sebuah produk kreatif. Koentjaraningrat (2009) menjelaskan bahwa hasil karya manusia dibentuk dan diarahkan oleh kebudayaan. Sama halnya dengan pikiran, ide, maupun tindakan manusia<sup>26</sup>. Oleh karena itu, jika dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif bertujuan untuk mengembangkan potensi lokal, maka pelaku kreatif tidak cukup hanya sekedar memiliki talenta pandai menggambar, menari, menyanyi atau membuat suatu produk kreatif. Pelaku kreatif harus melebihi itu, yakni memiliki kemampuan mengorganisasikan ide-ide multidisiplin dan juga kemampuan memecahkan masalah dengan cara atau proses di luar kebiasaan.

Cara atau proses di luar kebiasaan diperlukan karena bila suatu cara atau proses itu populer dilakukan oleh banyak orang, maka semakin lama keampuhan cara atau proses itu akan semakin berkurang karena semua orang menggunakan pendekatan-pendekatan berdasarkan cara yang sama.<sup>27</sup>

Itu pula mengapa ekonomi kreatif perlu menggunakan model bottom-up alih-alih top-down dalam pengembangannya. Model bottom-up mengedepankan proses yang bersifat lokal. Artinya pelaku kreatif di tiap wilayah biasanya memiliki cara atau proses sendiri dalam membuat suatu karya yang akhirnya memiliki ciri khas. Sehingga karya yang khas itulah yang pada dasarnya menjadi identitas dari suatu produk kreatif.

Selain itu, model bottom-up memungkinkan potensi-potensi lokal dikembangkan dengan baik mengingat perencanaan, proses, sampai hasil akhir suatu karya dilakukan sesuai dengan cara atau proses yang dimiliki oleh pelaku kreatif di tingkat lokal (*local knowledge*). Dengan kata lain, pengetahuan lokal dapat dieksplorasi lebih jauh untuk memunculkan identitas budaya yang “diterjemahkan” menjadi sebuah produk kreatif.

---

<sup>26</sup> Koentjaraningrat, p. 152.

<sup>27</sup> A. Rochmat Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia* (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), pp. 11–12.

Globalisasi sudah menciptakan suatu “strata” dimana tidak relevan lagi jika ada pembeda antara negara maju maupun negara berkembang. Saat ini, setiap negara memiliki kesempatan untuk berlomba mendagangkan “identitas diri” kepada negara lain dengan harapan akan semakin banyak pemasukan dari penjualan “identitas diri” itu.<sup>28</sup> Namun di balik itu sebenarnya dalam kasus Indonesia, identitas diri yang dimaksud dapat berimplikasi juga pada pengenalan kebudayaan-kebudayaan yang ada di Indonesia melalui produk-produk lokal berbasis budaya lokal atau dalam perspektif Antropologi biasa disebut kebudayaan material. Maka, pengembangan ekonomi kreatif ini diharapkan dapat mengonstruksi bangsa Indonesia memiliki kebanggaan terhadap keragaman budaya yang dimilikinya sekaligus meningkatkan ekonomi lokal bagi pemilik kebudayaan tersebut.

## SIMPULAN

Ekonomi kreatif dan keragaman budaya di Indonesia saling memiliki korelasi satu sama lain. Pengembangan ekonomi kreatif ini bisa ditempuh sebagai jalan pembangunan berdasarkan keragaman budaya yang dimiliki Indonesia. Penekanannya dengan cara menampilkan kreativitas yang menjadi kebanggaan bersama. Karena yang dibutuhkan bangsa saat ini adalah aktivitas-aktivitas yang tidak membatasi seseorang dari satu latar belakang sukubangsa saja, melainkan aktivitas kreatif yang melintasi batas-batas perbedaan budaya tersebut.

Maka, diperlukan banyak penelitian lebih lanjut mengenai keragaman budaya yang memiliki ciri khas di setiap penjuru nusantara dengan tujuan membangun kesejahteraan ekonomi dan budaya lokal. Merangkul perbedaan budaya menjadi sebuah kekuatan dan modal sosial merupakan upaya yang bisa dilakukan melalui pengembangan ekonomi kreatif menggunakan model pembangunan dari bawah ke atas (*bottom-up*) dengan cara menelusuri makna-makna budaya dari aspek material (produk khas) suatu kelompok masyarakat tersebut.

Bagi para pelaku industri kreatif, keragaman budaya dapat menjadi sumber kreasi dan inovasi. Usaha untuk tetap meregenerasi warisan budaya kepada generasi muda dapat tetap digalakan. Pemanfaatan warisan

---

<sup>28</sup> Moelyono, p. 24.

budaya dan pengetahuan lokal ini juga membutuhkan sinergi antara pemangku kepentingan seperti pemerintah pusat dan daerah dengan pelaku industri kreatif, sehingga kelestarian warisan budaya dapat terlaksana dan tetap menjadi sesuatu yang dapat dinikmati masyarakat Indonesia dan dapat dirasakan secara luas oleh masyarakat global.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arce, Alberto dan Long, Norman, *Anthropology, Development, and Modernities* (London: Routledge, 2000)
- Barnard, Alan, *History and Theory in Anthropology* (London: Cambridge University Press, 2004)
- Benedict, Anderson, *Komunitas-Komunitas Imajiner: Renungan Tentang Asal-Usul Dan Penyebaran Nasionalisme* (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999)
- Bocella, Nicola, and Irene Salerno, 'Creative Economy, Cultural Industries and Local Development', *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223 (2016), 291–96
- Donovan, Wendy Gunn & Jared, *Design and Anthropology* (Burlington: Ashgate Publishing Ltd, 2012)
- Furnivall, J.S, *Colonial Policy and Practice* (London: Cambridge University Press, 1984)
- Klinken, Van. G, *Perang Kota Kecil: Kekerasan Komunal Dan Demokratisasi Di Indonesia* (Jakarta: Yayasan Obor, 2007)
- Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009)
- Kong, Lily, 'Ambitions of a Global City: Arts, Culture and Creative Economy in "Post-Crisis" Singapore', *International Journal of Cultural Policy*, 18.3 (2012), 279–94
- Kreatif, Badan Ekonomi, 'Data Statistik Dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif', *Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif*, 2017
- Lestari, Gina, 'Bhinneka Tunggal Ika: Khasanah Multikultural Indonesia Di Tengah Kehidupan SARA', *Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 28.1 (2016)
- Liep, John, *Locating Cultural Creativity* (Virginia: Pluto Press, 2001)
- Marzali, Amri, *Antropologi Dan Pembangunan Indonesia* (Jakarta: Prenada Media Group)

- Moelyono, Mauled, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan Dan Keutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010)
- Nandini, Rensi Mei, 'Dampak Usaha Ekonomi Kreatif Terhadap Masyarakat Desa Blawe Kecamatan Purwoasri', *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 4.1 (2016), 1–11
- Pangestu, Elka Mari, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Cetak Biru Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008)
- Purnomo, A. Rochmat, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia* (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016)
- Risladiba, Risladiba, and Dadang Sundawa, 'Implementation of Pancasila Values in Dayak Hindu-Budha Bumi Segandu Community to Make Good and Smart Citizens', in *Annual Civic Education Conference (ACEC 2018)* (Atlantis Press, 2018), p. 406
- Suparlan, Parsudi, *Sukubangsa Dan Hubungan Antar-Sukubangsa* (Jakarta: YPKIK Press, 2005)
- Toffler, Alvin, *The Third Wave* (New York: Bantam Book, 1980)
- Trianingsih, Rima, 'Pendidikan Dalam Proses Kebudayaan Yang Multikultural Di Indonesia', *Tarbiyatuna: Kajian Pendidikan Islam*, 1.1 (2017), 1–12
- Widiastuti, Widiastuti, 'Analisis SWOT Keragaman Budaya Indonesia', *Jurnal Ilmiah Widya*, 4.2 (2013)