

KARAKTERISTIK PARTISIPASI PEREMPUAN DALAM INDUSTRI KREATIF

BASTIANA

FIP UNM

ABTRAK

Peran perempuan tidak hanya terbatas sebagai ibu rumah tangga saja, tetapi sudah berperan serta sebagai penyumbang pendapatan keluarga. Melalui industri kreatif, perempuan dapat memperoleh pendapatan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga. Industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif merupakan industri yang potensial untuk dikembangkan mengingat industri ini memiliki sumber daya yang sifatnya tidak terbatas, yaitu berbasis pada intelektualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Tentunya karakteristik industri ini sangatlah berbeda dengan karakteristik industri yang sarat akan kebutuhan sumber daya manusia sebagai bahan dasar pokok dalam proses produksinya, sehingga membutuhkan perlakuan/kebijakan yang berbeda dari sektor industri lainnya. Respons positif terhadap kehadiran perempuan sebagai pelaku ekonomi keluarga, tidak terlepas dari karakteristik mereka yang umumnya dapat diterima dalam pergaulan antar budaya. Karakteristik tersebut adalah kemampuan perempuan dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang, kemampuan berkomunikasi secara efektif, kepekaan terhadap perbedaan budaya dan kepatutan perilaku, kemampuan organisasional, serta perilaku yang tidak mengancam dan tidak agresif.

Kata kunci: karakteristik, partisipasi perempuan, dan industri kreatif

PENDAHULUAN

Kiprah perempuan dalam perekonomian keluarga dan nasional menjadi salah satu bagian penting dalam pembangunan secara keseluruhan. Seiring dengan bertambahnya pendapatan perempuan atau akses perempuan terhadap sumber-sumber daya ekonomi melalui usaha ini, maka kemampuan dan kesempatan mereka bernegosiasi dalam rumah tangga pun meningkat. Posisi tawar mereka berubah dan pendapat mereka mulai diperhitungkan dalam setiap proses pengambilan keputusan dalam rumah tangga. Untuk itu perempuan harus belajar agar menjadi cakap.

Meningkatkan mutu pembelajaran kecakapan hidup bagi perempuan menurut Hafidzoh (2012) perlu dilandasi prinsip belajar untuk memahami sesuatu (*learning to know*), mengerjakan sesuatu (*learning to do*), menjadi diri sendiri/ mandiri (*learning to be*), dan hidup bersama masyarakat (*learning to live together*). Model peningkatan ini merupakan upaya menjadikan perempuan semakin berdaya diri, tidak hanya menjadi penghias rumah tangga, sehingga bisa memberikan kontribusi besar bagi kehidupan terutama kehidupan keluarga.

Berangkat dari sini, pembelajaran kecakapan hidup dapat diprogramkan bagi perempuan di Indonesia. Salah satu peluang baru yang semestinya dilirik kaum perempuan pengusaha adalah industri kreatif. Tren ekonomi ke depan mengarah pada ekonomi kreatif (*creative economy*) dan ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge based economy*). Dalam percaturan industri baru ini, kemampuan modal manusia (*human capital*) akan lebih menentukan kemampuan bersaing dibanding faktor-faktor produksi lainnya. Selain itu, jenis industri baru ini memberikan fleksibilitas kerja yang lebih tinggi

dibanding cara-cara kerja konvensional. Sebab, dalam industri baru ini, bekerja tidak lagi harus terpaku di kantor atau pabrik-pabrik, tapi dapat saja dilakukan di mana pun, termasuk di rumah. Model bekerja seperti ini tampaknya lebih sesuai untuk kaum perempuan yang menginginkan basis kerjanya tetap di rumah. Artinya, dapat berperan dalam peningkatan ekonomi keluarga tapi tidak meninggalkan kewajiban sebagai ibu rumah tangga.

INDUSTRI KREATIF

Alvin Toffler (1980) dalam teorinya telah melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi ke dalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga, gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksi bahwa gelombang keempat adalah gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif. Kehadiran gelombang ekonomi kreatif kini sudah menjadi kenyataan. Beberapa Tahun terakhir ini, ekonomi kreatif telah banyak dikembangkan. Bahkan ekonomi kreatif yang dipresentasikan melalui industri kreatif yang bermodalkan ide-ide kreatif, talenta, dan keterampilan serta ide-ide terbaru, telah menjadi penopang perekonomian satu negara.

Menurut Soegono (2009: 34) Industri kreatif di Indonesia merupakan industri baru yang berlandaskan inovasi dan kreativitas sehingga memaksa produsen dalam industri ini untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produknya. Industri kreatif berusaha menciptakan karya-karya dengan menghasilkan satu produk yang dinilai

lebih melalui dengan tingkat efektivitas dan efisiensi yang tinggi. Melalui produk-produk bermutu, unik, dan menggunakan pendekatan-pendekatan yang lebih dapat diterima oleh konsumen. Senada yang dikemukakan oleh Prasetyantoko (2010: 67) bahwa industri kreatif adalah subsektor ekonomi yang didukung oleh sumber daya pengetahuan, jaringan/Networks, dan kreativitas/inovasi.

Industri kreatif berbeda dengan industri kebanyakan. Industri ini membutuhkan investasi dana yang lebih besar, sumber daya manusia yang kompeten serta fasilitas-fasilitas yang biasanya berlandaskan pada teknologi. Sedangkan industri kreatif lebih berlandaskan pada pengetahuan, daya kreativitas yang tinggi serta sentuhan inovasi guna menghasilkan produk baru yang berbeda dan berkualitas. Daya kreatif yang berasal dari kreatifitas manusia daripada sumber daya fisik. Namun demikian, sumber daya fisik tetap diperlukan terutama dalam peranannya sebagai media kreatif..

Kontribusi positif dari keberadaan industri kreatif terhadap posisi perekonomian nasional juga telah dirasakan di Indonesia. Kontribusinya terus meningkat dari tahun ketahun. Mengingat begitu besarnya kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian nasional, pemerintah telah mengambil sejumlah kebijakan untuk mengembangkan industri kreatif dalam negeri. Salah satu kebijakan yang diambil pemerintah adalah menetapkan subsektor industri yang dapat digolongkan sebagai industri kreatif. Setelah melalui studi intensif, akhirnya ditemukan 14 subsektor (kelompok industri) yang masuk dalam industri kreatif. Keempat belas subsektor itu adalah arsitektur, desain, fashion, film, video, fotografi, kerajinan,

layanan komputer dan peranti lunak, musik, pasar barang seni, penerbitan dan percetakan, periklanan, permainan interaktif, riset dan pengembangan, seni pertunjukan, televisi dan radio.

KETERLIBATAN PEREMPUAN DALAM INDUSTRI KREATIF

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak mencatat dari 46 juta usaha mikro, kecil, dan menengah yang diketahui. Dari jumlah itu, 60% merupakan industri rumahan yang pengelolanya adalah kaum perempuan. Melihat angka tersebut, peran perempuan pengusaha menjadi cukup besar bagi ketahanan ekonomi, karena mampu menciptakan lapangan kerja, menyediakan barang dan jasa dengan harga murah, serta mengatasi masalah kemiskinan.

Sumampow (Hafidzoh, 2012) melihat Kaum perempuan mempunyai peran besar dalam pengembangan industri kreatif. Usaha mikro banyak diminati oleh perempuan dengan pertimbangan bahwa usaha ini dapat menopang kehidupan rumah tangga dan dapat memenuhi kebutuhan pengembangan diri. Bidang *fashion design*, animasi, maupun memproduksi pernak-pernik rumah tangga yang berhubungan dengan keindahan rumah, dapat dilakukan oleh perempuan. Sifat perempuan yang lebih teliti dan sabar melakukan pekerjaan yang membutuhkan ketrampilan, juga mendukung mereka terjun di dalam industri kreatif ini. Dalam hal *fashion design* saja, banyak sekali objek yang bisa dijadikan sasaran. Tidak hanya pakaian, tetapi juga sepatu, tas, dan aksesoris lain. Jika menguasai program-program desain, perempuan juga bisa membuka

usaha di bidang desain. Entah itu mendesain kartu undangan, logo perusahaan, membuat *packaging*, dan lain sebagainya.

Respons positif pasar global terhadap kehadiran perempuan pengusaha tampaknya tidak terlepas dari karakteristik mereka yang umumnya dapat diterima dalam pergaulan antarbangsa. Karakteristik tersebut adalah kemampuan perempuan dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang, kemampuan berkomunikasi secara efektif, kepekaan terhadap perbedaan budaya dan kepatutan perilaku, kemampuan organisasional, serta perilaku yang tidak mengancam dan tidak agresif (Hafidzoh: 2012).

1. Kemampuan perempuan dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang. Kemampuan perempuan dalam membina hubungan jangka panjang sangat berarti. Disebabkan karena perempuan mempunyai empati terhadap orang lain. Menurut Prasetyo (2012) Empati adalah modal utama keterampilan berhubungan dengan orang lain, karena dengan empati manusia dapat memahami orang lain. Memahami, mengetahui perasaan, keinginan dan kebutuhan orang lain adalah titik awal membangun hubungan dengan orang lain. Perempuan dibekali dengan kemampuan berempati yang tinggi. Ini terjadi karena perempuan mempunyai sifat sensitif yang tidak dimiliki oleh laki-laki. Kemampuan membangun hubungan dalam jangka waktu lama, membuat perempuan yang terlibat dalam industri kreatif dapat bertahan dengan gelanggang-pelanggannya.

2. Kemampuan berkomunikasi secara efektif. Dalam berkomunikasi, perempuan tidak hanya melakukan pembicaraan secara verbal saja, tetapi selalu dibarengi dengan kemampuan berkomunikasi secara nonverbal. Pesan yang disampaikan kepada lawan bicaranya mendapat penekanan-penekanan dengan bahasa nonverbal, sehingga lebih bermakna dan lebih mudah dimengerti. Selain bahasa tubuh, perempuan juga sangat memperhatikan penampilan fisik. Penampilan yang menarik menambah kepercayaan diri perempuan dalam berkomunikasi. Kemampuan berkomunikasi sangat dibutuhkan dalam industri kreatif. Untuk membangun usaha dibutuhkan komunikasi antara lain dengan calon konsumen dan konsumen.
3. Kepekaan terhadap perbedaan budaya dan kepatutan perilaku. Perempuan lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan sekelilingnya. Jika ada perubahan yang terjadi di sekelilingnya, maka perempuan lebih mudah menyesuaikan diri dengan menerima atau bahkan mengikuti perubahan itu. Fleksibilitas dan sensitivitas yang dimiliki perempuan menungkhkannya untuk merespon dengan cepat setiap perubahan. Kemampuan ini sangat berperan dalam mencari dan membuat inovasi yang sesuai dengan situasi dan keadaan.
4. Kemampuan organisasional. Sifat perempuan yang mudah berempati dan bersimpati, membuatnya lebih mudah bekerja sama dengan orang lain, menyusun rencana kerja serta melaksanakan sesuai dengan rencana tersebut. Kemampuan ini dibutuhkan dalam industri kreatif terutama dalam menumbuhkan kreativitas perempuan. Berhubungan dan bekerja sama dengan orang lain dapat

menumbuhkan ide-ide kreatif perempuan dalam melakukan inovasi produk yang akan dihasilkan.

5. Perilaku yang tidak mengancam dan tidak agresif. Perempuan, walaupun tampil sebagai pengusaha atau pemimpin seperti laki-laki, tetaplah seorang perempuan yang mempunyai sisi keperempuanan. Perilaku-perilaku agresif seperti menyerang orang lain, memaksa orang lain bahkan mengancam orang lain baik secara fisik maupun secara verbal jauh dari kehidupan perempuan. Jika perempuan dihadapkan dengan masalah dalam berusaha, maka perempuan menghadapinya tanpa perilaku agresif tetapi menghadapinya dengan lemah lembut dan penuh kesabaran. Tentu membuat orang lain lebih nyaman berhubungan dengannya.

PENUTUP

Industri kreatif telah menjadi trend dalam menumbuhkan sektor industri. Mudah dijalankan karena hanya membutuhkan sedikit ide atau gagasan tetapi sangat membutuhkan kreativitas agar dapat melahirkan satu produk yang baru atau mengembangkan produk yang sudah ada menjadi produk yang berbeda. Peran serta perempuan dalam industri kreatif dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan lebih jauh dapat mengurangi angka kemiskinan.

Keikutsertaan perempuan dalam industri kreatif dapat terlaksana dengan baik karena perempuan memiliki karakteristik yang dapat menjamin keberlangsungan usaha yang dijalankannya. Karakteristik yang dimaksud adalah kemampuan perempuan dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang,

kemampuan berkomunikasi secara efektif, kepekaan terhadap perbedaan budaya dan kepatutan perilaku, kemampuan organisasional, serta perilaku yang tidak mengancam dan tidak agresif.

DAFTAR PUSTAKA

- Hafidzoh, Siti Muyassarotul. 2012. Menggarap Potensi Perempuan. .
<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=309964> diakses pada tanggal 30 Desember 2012.
- Karya Indonesia (KINA). 2012. Industri Kreatif. Artikel dalam Majalah Online KINA, www.kemenperin.go.id/majalah/9/kina-karya-indonesia, diakses tanggal 30 Desember 2012.
- Prasetyantoko, A. 2010. Ponzi Ekonomi: Prospek Indonesia Di Tengah Instabilitas Global. Jakarta: PT Media Kompas Nusantara.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. 2009. Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.