

## **Judul: Karakteristik Pengusaha dan Karyawan Industri Kreatif di Pekanbaru**

**(Studi Kasus pada Sub-Sektor Kerajinan)**

### **A. Latar Belakang Masalah**

*Great Depression* merupakan salah satu catatan hitam perekonomian dunia. *Great Depression* terjadi karena kesalahan politisi yang terlalu menitikberatkan kebijakan pada penyeimbangan anggaran daripada mempertahankan produksi dan kesempatan kerja pada tingkat alamiah, pengurangan anggaran belanja secara besar-besaran dan dilakukan dalam waktu cepat, ditambah meningkatkan pajak di tengah-tengah pengangguran yang tinggi, merupakan kesalahan manajemen makro yang paling mendasar (Dahlan, 2007).

Jika dilihat terhadap kejadian krisis ekonomi beberapa waktu lalu yang terjadi di Indonesia tampaknya memiliki kesamaan penyebab. Hal inilah yang menjadikan peristiwa *Great Depression* penting untuk ditinjau saat ini. Salah satu hal penting untuk ditinjau adalah penyelesaian masalah *Great Depression*, yaitu teori aliran *discretion* (diskresi) yang disampaikan oleh John M. Keynes. Dalam teorinya John M. Keynes (Dahlan, 2007) melihat dengan membangun infrastruktur dalam skala besar, kreasi ekonomi kecil menengah tercipta dan pengangguran dengan sendirinya berkurang. Dari teori aliran *discretion* (diskresi) tersebut kita dapat menganalogikan bahwa “kreasi ekonomi kecil menengah tercipta” yang dimaksudkan pada teori tersebut adalah tercipta industri kecil menengah yang kreatif.

Pergeseran dari Era Pertanian lalu Era Industrialisasi, disusul oleh era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi infokom serta globalisasi ekonomi, telah menggiring peradaban manusia kedalam suatu arena interaksi sosial baru yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Industrialisasi telah menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien. Penemuan baru di bidang teknologi infokom seperti internet, email, SMS, *Global System for Mobile communications* (GSM) telah menciptakan interkoneksi antar manusia yang membuat manusia menjadi semakin produktif. Globalisasi di bidang media dan hiburan juga telah

mengubah karakter, gaya hidup dan perilaku masyarakat menjadi lebih kritis dan lebih peka atas rasa serta pasar pun menjadi semakin luas dan semakin global. Sisi lain yang muncul dari fenomena tersebut adalah kompetisi yang semakin keras. Kondisi ini mengharuskan perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin.



**Gambar 1. Pergeseran Orientasi Ekonomi Dunia Barat**

Sumber: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008

Konsentrasi industri berpindah dari negara barat ke negara-negara berkembang di Asia karena tidak bisa lagi menyaingi biaya murah di Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan efisiensi industri negara Jepang. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa mengandalkan supremasi dibidang industri lagi, tetapi mereka harus lebih mengandalkan SDM yang kreatif, sehingga kemudian pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas, yang populer disebut Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif.

Ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif, di berbagai negara di dunia saat ini, diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan. Indonesia pun mulai melihat bahwa berbagai subsektor dalam industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan, karena Bangsa Indonesia memiliki sumberdaya insani kreatif dan warisan budaya yang kaya.

Ekonomi kreatif ini diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah: (1) relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% per tahun); (2) masih tingginya pengangguran (9-10%), tingginya tingkat kemiskinan (16-17%), dan (4) rendahnya daya saing industri di Indonesia.<sup>1</sup> Selain permasalahan tersebut, ekonomi kreatif ini juga diharapkan dapat menjawab tantangan seperti isu *global warming*, pemanfaatan energi yang terbarukan, deforestasi, dan pengurangan emisi karbon, karena arah pengembangan industri kreatif ini akan menuju pola

industri ramah lingkungan dan penciptaan nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya insani yang dimiliki oleh Indonesia, dimana intelektualitas sumber daya insani merupakan sumber daya yang terbarukan.

Pada tahun 2013 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menyiapkan anggaran Rp33 miliar untuk mendorong pengembangan usaha kreatif di Indonesia. Anggaran tersebut merupakan stimulus pendanaan bagi pengembangan ekonomi kreatif di setiap provinsi, yang meliputi 15 sektor yakni periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fashion, film, video, fotografi, permainan kreatif, musik, dan seni pertunjukan.

Berdasarkan data Kemenparekraf, sepanjang 2012 usaha kreatif telah memberikan kontribusi 7,74% terhadap perekonomian di setiap daerah, terkhusus pada penyerapan tenaga kerja hingga menghasilkan komoditas ekspor.

Secara umum, alasan kuat mengapa industri kreatif ini perlu dikembangkan, karena sektor industri kreatif ini memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra & identitas bangsa Indonesia, mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas, dan memiliki dampak sosial yang positif.



**Gambar 2. Mengapa Ekonomi Kreatif Perlu Dikembangkan?**

Sumber: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono telah menerbitkan Instruksi Presiden No.6/2009 tentang pengembangan perekonomian berbasis industri kreatif agar 28 kementerian bersinergi memajukannya dan harus juga dilaksanakan seluruh kepala daerah di Indonesia. Didukung pula dalam *masterplan* pemerintah khususnya Kementerian Dalam Negeri yang menegaskan tahun 2012 merupakan tonggak sejarah lahirnya industri-industri kreatif

Pemerintah Provinsi Riau sendiri tengah fokus menggarap ekonomi kreatif yang diakui sangat berpotensi membuka lapangan kerja yang bisa memberikan sumbangan devisa bagi negara. Menurut Kepala Balitbang Riau (Riau Pos, 2012), ekonomi kreatif dinilai akan menjadi salah satu upaya untuk mengatasi masalah kemiskinan di Riau menurut. Potensi kekayaan seni budaya yang kuat menjadi fondasi tumbuhnya industri kreatif di Pekanbaru. Serta keragaman budaya sebagai bahan baku industri kreatif, akan mampu memunculkan aneka ragam kerajinan di Pekanbaru. Berdasarkan alasan-alasan di atas, maka industri kreatif ini sudah selayaknya menjadi sektor industri yang menarik untuk dikembangkan dan dikaji dalam suatu penelitian yang berjudul **“karakteristik pengusaha dan karyawan industri kreatif di Pekanbaru (studi kasus pada sub sektor kerajinan)”**.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Adapun rumusan masalah penelitian adalah bagaimanakah karakteristik pengusaha dan karyawan industri kreatif di Pekanbaru (studi kasus pada sub sektor kerajinan)?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakteristik pengusaha dan karyawan industri kreatif di Pekanbaru (studi kasus pada sub sektor kerajinan). Dan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat:

1. Manfaat teoritis yaitu dapat memberikan pemahaman mengenai industri kreatif, sehingga dapat menambah khasanah ilmu dalam suatu kerangka yang saling bersinergi. Juga dapat digunakan sebagai referensi studi atau penelitian selanjutnya dengan ruang lingkup yang berbeda.
2. Manfaat praktis yaitu informasi ini digunakan sebagai *referensi* mengenai industri kreatif dalam membuat langkah pengembangan dan langkah koordinasi yang sesuai bagi para pemangku kepentingan dari industri kreatif itu sendiri, yaitu cendekiawan, bisnis dan pemerintah (*triple helix*).

#### **D. Landasan Teori**

##### **1. Konsep Industri Kreatif**

Sulit untuk menemukan konsep awal dari industri kreatif itu berasal. Ada yang menganggap bahwa konsep ini bermula dari Australia pada awal dekade 1990. Di tahun 1994, Pemerintahan Keating mengeluarkan kebijakan “Bangsa yang Kreatif”, yang dirancang untuk membantu negaranya menghadapi tantangan revolusi teknologi informasi. Di Eropa, terminology industri kreatif dipelopori oleh Inggris, yaitu ketika pada akhir dekade 1990, pemerintah membentuk tim kerja industri kreatif untuk menggambarkan serta mempromosikannya sebagai penggerak ekonomi. Konsep ini diformalisasikan di Departemen Budaya, Media, dan Olahraga (DCMS) lewat 2 dokumen pemetaan kreatif yang dipublikasikan pada tahun 1998 dan 2001.

Definisi industri kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif adalah definisi berdasarkan *UK DCMS Task Force 1998*:

*“Creatives industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”*

Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 pun menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai berikut (Departemen Perdagangan RI, 2008):

“Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

Sebagai bentuk dukungan Pemerintah yang lebih nyata terhadap pengembangan Industri Kreatif, Presiden Indonesia telah mengeluarkan Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009, kepada 28 instansi pemerintah pusat dan daerah. Presiden menginstruksikan agar seluruh instansi yang disebutkan untuk mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif. Tahun 2009-2015, yakni pengembangan kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia, dengan sasaran, arah, dan strategi.

## **2. Klasifikasi Sub-sektor Industri Kreatif**

Klasifikasi industri kreatif yang digunakan dalam studi mengikuti klasifikasi industri kreatif yang telah dipetakan. Pemetaan industri kreatif terdahulu dalam Studi Industri Kreatif 2007 (Departemen Perdagangan RI, 2007) telah mengklasifikasikan sektor industri kreatif menjadi 14 subsektor industri kreatif. *Base study* klasifikasi industri kreatif Indonesia ini mengacu pada studi pemetaan industri kreatif yang dilakukan oleh DCMS Inggris, yang disesuaikan dengan KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) tahun 2005. Ke-14 subsektor tersebut adalah:

1. Periklanan
2. Arsitektur
3. Pasar dan barang seni
4. Kerajinan
5. Desain
6. Fesyen
7. Film, Video, Fotografi
8. Permainan Interaktif
9. Musik
10. Seni Pertunjukan

11. Penerbitan & Percetakan
12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak
13. Televisi dan Radio
14. Riset & Pengembangan

### **3. Sub-sektor Industri Kerajinan**

Industri Kreatif subsektor kerajinan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur (Departemen Perdagangan RI, 2008).

Berdasarkan bahan baku (*raw material*), produk kerajinan dikategorikan menjadi:

1. *Ceramic* (seperti tanah liat, *erathen ware*, *pottery*, *stoneware*, *porcelain*)
2. Logam (seperti emas, perak, perunggu, besi, tembaga)
3. *Natural fiber*, serat alam (bambu, akar-akaran, rotan)
4. Batu-batuan (seperti batu mulia, *semi precious stone*, jade)
5. Tekstil (seperti *cotton*, sutra, linen)
6. Kayu (termasuk kertas dan *lacquer ware*)

### **4. Rantai Nilai Subsektor Industri Kerajinan**

Pada umumnya, aktivitas-aktivitas dan pihak-pihak yang terkait dalam industri kerajinan adalah seperti yang ditunjukkan pada gambar 3 berikut.



**Gambar 3: Rantai Nilai Subsektor Industri Kerajinan**

Dari gambar di atas terlihat bahwa industri kerajinan terdiri dari 2 kelompok utama, yaitu industri pengolahan dan industri jasa perdagangan barang-barang kerajinan. Industri pengolahan menghasilkan produk-produk kerajinan melalui aktivitas-aktivitas di rantai kreasi, produksi dan komersialisasi. UKM/IKM kerajinan merupakan pelaku utama di kelompok pertama ini. Sedangkan industri jasa perdagangan mendistribusikan produk-produk kerajinan melalui saluran-saluran distribusi yang terdiri dari berbagai bentuk *channel* distribusi seperti pasar tradisional, pasar modern, toko, galeri dan *trading house*.

## 5. 47 Kategori Lapangan Usaha pada Sub-sektor Kerajinan

Lapangan usaha yang termasuk dalam subsektor kerajinan, yang mengacu pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2005 dalam Departemen Perdagangan Indonesia (2007) adalah:

1. Kelompok 17124, yaitu industri Batik yang mencakup usaha pematikan dengan proses malam (lilin) baik yang dilakukan dengan tulis, cap, maupun kombinasi antara cap dengan tulis;
2. Kelompok 17220, yaitu industri Permadani yang mencakup usaha pembuatan permadani dan sejenisnya, yang terbuat dari serat, baik serat alam, sintetis, maupun serat campuran, baik yang dikerjakan dengan proses tenun (*woven*), *tufting*, *braiding*, *flocking*, dan *needle punching*;



3. Kelompok 17293, yaitu industri Bordir/Sulaman yang mencakup usaha bordir/sulaman, baik yang dikerjakan dengan tangan maupun dengan mesin, seperti : kain sulaman, pakaian jadi/barang jadi sulaman, dan *badge*;
4. Kelompok 17301, yaitu industri Kain Rajut yang mencakup usaha pembuatan kain yang dibuat dengan cara rajut ataupun renda;
5. Kelompok 19129, yaitu industri Barang Dari Kulit dan Kulit Buatan untuk keperluan lainnya yang mencakup usaha pembuatan barang-barang dari kulit dan kulit buatan seperti: jok, dan kerajinan tatah sungging (hiasan, wayang, dan kap lampu);
6. Kelompok 20291, yaitu industri Anyam-anyaman dari Rotan dan Bambu yang mencakup usaha pembuatan macam-macam tikar, *webbing*, lampit, tas, topi, tampah, kukusan, bakul kipas, tatakan, bilik/gedek dan sejenisnya yang bahan utamanya dari rotan atau bambu;
7. Kelompok 20292, yaitu industri Anyam-anyaman dari Tanaman, Selain Rotan dan Bambu yang mencakup usaha pembuatan tikar, keset, tas, topi, tatakan, dan kerajinan tangan lainnya yang bahan utamanya dari pandan, mendong, serat, rumput, dan sejenisnya;
8. Kelompok 20293, yaitu industri Kerajinan Ukir-ukiran dari Kayu kecuali *Mebeller* yang mencakup usaha pembuatan macam-macam barang kerajinan dan ukir-ukiran dari kayu, seperti: *relief*, topeng patung, wayang, vas bunga, pigura, dan kap lampu;
9. Kelompok 20294, yaitu Industri Alat-alat Dapur dari Kayu, Rotan dan Bambu yang mencakup usaha pembuatan alat-alat dapur yang bahan utamanya kayu, bambu dan rotan, seperti: rak piring, rak bumbu masak, parutan, alu, lesung, talenan, cobek, dan sejenisnya;
10. Kelompok 20299, yaitu Industri Barang dari Kayu, Rotan, Gabus yang tidak diklasifikasikan ditempat lain yang mencakup usaha pembuatan barang-barang dari kayu, rotan, dan gabus, yang belum tercakup sebelumnya. Barang-barang dari kayu misalnya: alat tenun, peti mati, pajangan dari rotan, ayunan bayi dari rotan, kuda-kudaan dari rotan;
11. Kelompok 26121, yaitu Industri Perlengkapan dan Peralatan Rumah tangga dari Gelas yang mencakup usaha pembuatan macam-macam perlengkapan rumah tangga dari gelas, seperti cangkir, piring, mangkuk, teko, stoples, asbak, dan botol susu bayi;

- barang-barang pajangan dari gelas, seperti: patung, vas, lampu kristal, semprong lampu tekan dan semprong lampu tempel;
12. Kelompok 26129, yaitu Industri Barang-barang Lainnya dari Gelas yang mencakup usaha pembuatan macam-macam barang dari gelas seperti: tasbih, rosario, manik gelas, gelas enamel, dan aquarium, serta bahan bangunan dari gelas seperti: bata, ubin, dan genteng;
  13. Kelompok 26201, yaitu industri Perlengkapan Rumah tangga dari Porselin yang mencakup pembuatan macam-macam perlengkapan rumah tangga dari porselen, seperti: piring, tatakan, cangkir, mangkuk, teko, sendok, dan asbak, serta usaha pembuatan barang pajangan dari porselen seperti: patung, tempat bunga, kotak rokok, dan guci;
  14. Kelompok 26321, yaitu industri Barang-barang dari Tanah Liat yang mencakup usaha pembuatan barang dari tanah liat/keramik untuk perlengkapan rumah tangga, pajangan/hiasan, dan sejenisnya, seperti: piring, cangkir, mangkuk, kendi, teko, periuk, tempayan, patung, vas bunga, tempat piring, sigaret, dan celengan;
  15. Kelompok 26324, yaitu industri Bahan bangunan dari Tanah Liat/Keramik selain Batu Bata dan Genteng yang mencakup usaha pembuatan barang dari tanah liat/keramik seperti: kloset, ubin, dan lubang angin;
  16. Kelompok 26501, yaitu Industri Barang dari Marmer dan Granit untuk Keperluan Rumah Tangga dan Pajangan yang mencakup usaha pembuatan macam-macam barang dari marmer/granit untuk keperluan rumah tangga dan pajangan, seperti: daun meja, ornamen, dan patung;
  17. Kelompok 26503, yaitu industri Barang dari Batu untuk Keperluan Rumah Tangga dan Pajangan yang mencakup pembuatan macam-macam barang dari batu untuk keperluan rumah tangga dan pajangan. Seperti: lumpang, cobek, batu pipisan, batu asah, batu lempengan, batu pecah-pecahan, abu batu, dan kubus mozaik;
  18. Kelompok 28920, yaitu jasa industri Untuk Bahan Berbagi Pekerjaan Khusus Terhadap Logam dan Barang-barang dari Logam yang mencakup kegiatan jasa industri untuk pelapisan, pemolesan, pewarnaan, pengukiran, pengerasan, pengkilapan, pengelasan, pemotongan, dan berbagai pekerjaan khusus terhadap logam atau barang-barang dari logam;

19. Kelompok 36101, yaitu industri Furnitur dari Kayu yang mencakup usaha pembuatan furnitur dari kayu untuk rumah tangga dan kantor seperti: meja, kursi, bangku, tempat tidur, lemari, rak, kabinet, penyekat ruangan, dan sejenisnya;
20. Kelompok 36102, yaitu industri Furnitur dari Rotan, dan atau Bambu yang mencakup pembuatan furnitur dengan bahan utamanya dari rotan dan atau bambu seperti: meja, kursi, bangku, tempat tidur, lemari, rak, penyekat ruangan dan sejenisnya;
21. Kelompok 36104, yaitu Industri Furnitur dari Logam yang mencakup pembuatan furnitur untuk rumah tangga dan kantor yang bahan utamanya dari logam seperti: meja, kursi, rak, *spring bed*, dan sejenisnya;
22. Kelompok 36109, yaitu Industri Furnitur yang mencakup pembuatan furnitur yang bahan utamanya bukan kayu, rotan, bambu, logam, plastik, dan bukan barang imitasi, seperti: kasur, bantal, dan guling dari kapuk, dakron, dan sejenisnya;
23. Kelompok 36911, yaitu Industri Permata yang mencakup usaha pemotongan pengesahan, dan penghalusan batu berharga atau permata dan sejenisnya seperti berlian perhiasan, intan perhiasan, batu aji, dan intan tiruan;
24. Kelompok 36912, yaitu Industri Barang Perhiasan Berharga untuk Keperluan Pribadi dari Logam Mulia yang mencakup usaha pembuatan barang-barang, perhiasan yang bahan utamanya dari logam mulia (emas, platina, dan perak) untuk keperluan pribadi, seperti: cincin, kalung, gelang, giwang, bros, ikat pinggang, dan kancing, termasuk bagian dan perlengkapannya;
25. Kelompok 36913, yaitu Industri Barang Perhiasan Berharga Bukan untuk Keperluan Pribadi dari Logam Mulia yang mencakup usaha pembuatan perhiasan yang bahan utamanya dari logam mulia selain untuk keperluan pribadi, seperti: peralatan makan dan minum, barang hiasan untuk rumah tangga, piala, medali dan noveltis, termasuk bagian dan perlengkapannya;
26. Kelompok 36915, yaitu Industri Barang Perhiasan Bukan untuk Keperluan Pribadi dari bukan Logam Mulia yang mencakup usaha pembuatan barang-barang perhiasan dari logam tidak mulia selain untuk keperluan pribadi, seperti: tempat cerutu, tempat sirih, piala, medali, dan vas bunga, termasuk pembuatan koin baik yang legal sebagai alat tukar maupun tidak.

27. Kelompok 36921, yaitu Industri Alat-alat Musik Tradisional yang mencakup usaha pembuatan alat-alat musik tradisional, seperti: kecapi, seruling bambu, angklung, calung, kulintang, gong, gambang, gendang, terompet tradisional, rebab dan tifa;
28. Kelompok 36922, yaitu Industri Alat-Alat Musik Non Tradisional yang mencakup usaha pembuatan alat-alat musik non tradisional, seperti: alat musik petik, (gitar, bas, dan sejenisnya), alat musik tiup (terompet, *saxophone*, *clarinet*, harmonika, dan sejenisnya), alat musik gesek (biola, *cello*, dan sejenisnya), alat musik perkusi (drum set, selofon, metalofon, dan sejenisnya), serta usaha pembuatan piano/organ, pianika gamitan, akordeon, dan garputala.
29. Kelompok 36942, yaitu Industri Mainan yang mencakup usaha pembuatan macam-macam mainan, seperti: boneka dari kayu, kain, karet, dan sejenisnya, catur, mainan jenis kendaraan, mainan berupa senjata, *toys set*, dan mainan edukatif dari kayu, bambu atau rotan;
30. Kelompok 36933, yaitu Industri Kerajinan yang tidak diklasifikasikan di tempat lain yang mencakup usaha pembuatan barang-barang kerajinan dari bahan tumbuh-tumbuhan dan hewan, seperti: kerajinan pohon kelapa, tempurung, serabut, akar-akaran, kulit, gading, tanduk, tulang, bulu, rambut, binatang yang diawetkan dan barang-barang lukisan;
31. Kelompok 51391, yaitu Perdagangan Besar barang-barang keperluan rumah tangga khususnya mencakup usaha perdagangan besar peralatan dan perlengkapan rumah tangga, seperti: perabot rumah tangga (furnitur), peralatan dapur dan memasak, lampu dan perlengkapannya, peralatan dari kayu, *wallpaper*, karpet dan sebagainya.
32. Kelompok 51399, yaitu Perdagangan Besar berbagai barang-barang dan perlengkapan rumah tangga lainnya, mencakup usaha perdagangan besar berbagai barang-barang dan perlengkapan rumah tangga lainnya, seperti: mainan anak-anak, jam dan sejenisnya, perhiasan, barang-barang dari kulit, dan barang kerajinan lainnya.
33. Kelompok 52326, yaitu Perdagangan Eceran Barang Perhiasan yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang perhiasan baik terbuat dari batu mulia, ataupun bukan logam mulia seperti: berlian, intan, batu aji, serbuk dan bubuk intan, cincin, kalung, gelang, giwang/anting-anting, tusuk konde peniti, *bross*, ikat pinggang, dan kancing dari logam mulia (platina, emas, dan perak);

34. Kelompok 52327, yaitu Perdagangan Eceran Jam yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus berbagai jam, seperti: arloji tangan, arloji saku, jam dinding, jam beker, lonceng, dan alat ukur lainnya, termasuk juga bagian dari arloji dan jam;
35. Kelompok 52331, yaitu Perdagangan Eceran Furnitur yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus furnitur, seperti: meja, kursi, lemari, tempat tidur, rak buku, rak sepatu, dan *bufet*, serta perdagangan eceran khusus kasur dan bantal/guling;
36. Kelompok 52335, yaitu Perdagangan Eceran Barang Pecah Belah dan Perlengkapan Dapur dari Batu atau Tanah Liat yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang pecah belah dan perlengkapan dapur yang terbuat dari batu atau tanah liat, seperti: piring, mangkok, cangkir, teko, kendi, periuk, cobek, tempayan, lumpang, asbak, dan uleg-uleg;
37. Kelompok 52336, yaitu Perdagangan Eceran Barang Pecah Belah dan Perlengkapan Dapur dari kayu, Bambu atau Rotan yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang pecah belah dan perlengkapan dapur yang terbuat dari kayu, bambu, atau rotan, seperti: rak bambu, alu, lesung, parutan kelapa, telenan, papan gilesan, centong, bakul, tampah, kukusan, kipas, tudung saji, tusukan sate, gilingan daging;
38. Kelompok 52365, yaitu Perdagangan eceran Alat-alat Musik yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus alat-alat musik, baik alat musik tradisional maupun alat musik modern, seperti: kecapi, seruling bambu, calung, angklung, kulintang, gamelan, set, rebab, rebana, tifa, sasando, *flute*, *saxophone*, harmonika, *trombone*, gitar, mandolin, ukulele, harpa, *bass*, gambus, biola, *cello*, piano/organ, *drum set*, dan garputala;
39. Kelompok 52381, yaitu Perdagangan Eceran Barang Kerajinan dari Kayu, Bambu, Rotan, Pandan, Rumput dan sejenisnya yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang kerajinan dari kayu, bambu, rotan, pandan, rumput, dan sejenisnya, seperti: patung, topeng, relief, ukiran nama, wayang, pigura, kap lampu, bingkai, talam/baki, tas, keranjang, tikar, topi./tudung, kerai, hiasan dinding, dan keset;
40. Kelompok 52382, yaitu Perdagangan Eceran Barang Kerajinan dari Kulit, Tulang, Tanduk, Gading, Bulu dan Binatang/Hewan yang diawetkan yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang kerajinan dari kulit, tulang, tanduk, bulu, dan binatang/hewan yang diawetkan, seperti: kipas dari kulit penyu, karangan bunga dari

- kulit kerang, pipa rokok dari tulang, pajangan dari tanduk, pajangan dari gading, pajangan dari bulu burung merak, dan binatang/hewan yang diawetkan;
41. Kelompok 52383, yaitu Perdagangan Eceran Barang Kerajinan dari Logam yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang kerajinan dari logam, seperti: vas bunga, patung, tempat lilin, piala, medali, dan gantungan kunci;
  42. Kelompok 52384, yaitu Perdagangan Eceran Barang Kerajinan dari Keramik yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang kerajinan dari keramik, seperti: patung, vas bunga, asbak, tempat sirih, celengan dan pot bunga;
  43. Kelompok 52385, yaitu Perdagangan Eceran Mainan Anak-anak yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus macam-macam mainan anak-anak, seperti: boneka, bekel, congklak, *scrabble*, karambol, mainan yang berupa alat musik, mobil-mobilan, mainan berupa senjata, mainan berupa alat memasak, dan mainan berupa perabotan rumah tangga;
  44. Kelompok 52386, yaitu Perdagangan Eceran Lukisan yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang-barang lukisan, seperti: lukisan orang, lukisan binatang, dan lukisan pemandangan;
  45. Kelompok 52389, yaitu Perdagangan Eceran Barang-barang Kerajinan, Mainan Anak-anak, dan Lukisan lainnya;
  46. Kelompok 52581, yaitu Perdagangan Eceran Kaki Lima Barang Kerajinan yang mencakup usaha perdagangan eceran kaki lima barang kerajinan dari kayu, bambu, rotan, pandan, rumput dan sejenisnya, kulit, tulang, tanduk, gading, bulu dan hewan yang diawetkan, logam, keramik yang dilakukan dipinggir jalan umum, serambi muka (emper), toko atau tempat tetap dipasar yang dapat dipindah-pindah atau didorong seperti: patung, topeng, *relief*, ukiran nama, wayang, keranjang, tikar, topi/tudung, kerai, pajangan dari tanduk, pipa rokok dari tulang, vas bunga, tempat lilin piala dari logam, asbak, *celengan pot* bunga dari keramik, dan lain-lain; dan
  47. Kelompok 52583, yaitu Perdagangan Eceran Kaki Lima Lukisan. Kelompok ini mencakup usaha perdagangan eceran barang-barang lukisan yang dilakukan di pinggir jalan umum, serambi muka (emper), toko atau tempat tetap dipasar yang dapat dipindah-pindah atau didorong seperti: lukisan orang, binatang dan pemandangan.

## 6. Kontribusi Ekonomi Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

Kontribusi ekonomi subsektor industri kerajinan kerajinan ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

**Tabel 1: Kontribusi Ekonomi Subsektor Kerajinan**

Indikator	Satuan	2002	2003	2004	2005	2006	Rata-rata
<b>1. Berbasis Produk Domestik Bruto (PDB)</b>							
a. Nilai Tambah	Miliar Rupiah	30.680	29.730	29.936	27.971	26.731	29.009
b. % Nilai terhadap Industri Kreatif	Persen	30,05%	29,66%	27,61%	25,98%	25,51%	27,72%
c. Pertumbuhan Nilai Tambah	Persen	-	-3,10%	0,69%	-6,56%	-4,43%	-3,35%
d. % Nilai terhadap Total PDB	Persen	2,04%	1,89%	1,81%	1,60%	1,45%	1,76%
<b>2. Berbasis Ketenagakerjaan</b>							
a. Jumlah Tenaga Kerja	Orang	2.088.227	1.812.472	1.936.350	1.668.473	1.523.059	1.805.716
b. Tingkat Partisipasi Tenaga Kerja Terhadap Industri Kreatif	Persen	35,62%	35,85%	33,11%	31,27%	31,07%	33,43%
c. Tingkat Partisipasi Tenaga Kerja Terhadap Total Pekerja	Persen	2,28%	2,00%	2,07%	1,76%	1,60%	1,94%
d. Pertumbuhan Jumlah Tenaga kerja	Persen	-	-13,21%	6,83%	-13,83%	-8,72%	-7,23%
e. Produktivitas Tenaga kerja	Ribu Rupiah/ pekerja pertahun	14.692	16.403	15.460	16.764	17.551	16.174
<b>3. Berbasis Nilai Ekspor</b>							
a. Nilai Ekspor	Ribu Rupiah	22.412.716.523	21.608.435.950	24.405.455.354	26.059.589.876	26.414.919.077	24.180.223.356
b. Pertumbuhan Ekspor	Persen	-	-3,59%	12,94%	6,78%	1,36%	4,37%
c. % Nilai ekspor terhadap industri kreatif	Persen	37,26%	37,09%	34,74%	33,50%	32,44%	35,00%
d. % Nilai Ekspor terhadap Total Ekspor	Persen	4,42%	4,26%	3,68%	3,29%	2,96%	3,72%
<b>4. Berbasis Jumlah Perusahaan</b>							
a. Jumlah Perusahaan	Perusahaan	1.132.861	942.843	1.021.291	820.782	722.752	928.106
b. Pertumbuhan Jumlah Perusahaan	Persen	-	-16,77%	8,32%	-19,63%	-11,94%	-10,01%
c. % Jumlah perusahaan terhadap industri kreatif	Persen	38,40%	39,09%	35,14%	32,85%	33,02%	35,70%
d. % Jumlah perusahaan terhadap jumlah perusahaan total	Persen	2,67%	2,28%	2,39%	1,97%	1,71%	2,20%

Sumber: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007

Berdasarkan tabel 1 diatas terbukti bahwa industri kreatif sub-sektor kerajinan di Indonesia memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan dalam hal kontribusi PDB, penyerapan tenaga kerja, kontribusi ekspor dan jumlah perusahaan yang terlibat.

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di salah satu Kota di Provinsi Riau yaitu Kota Pekanbaru.

### **2. Sumber Data**

#### **a. Data primer**

Diperoleh langsung dari pengusaha dan karyawan industri kreatif.

#### **b. Data sekunder**

Peneliti menggunakan data dari Departemen Perdagangan Republik Indonesia dan referensi lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

### **3. Populasi dan Sampel**

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pengusaha industri kreatif sub sektor kerajinan yang terbagi ke dalam 47 lapangan usaha yang mengacu pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2005 dalam Departemen Perdagangan Indonesia (2007) . Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Quota Sampling*. Menurut Tika (2006), *quota sampling* adalah metode pengambilan sampel yang mempunyai ciri-ciri tertentu sesuai dengan jumlah atau kuota yang diinginkan.

Dalam penelitian ini, berdasarkan klasifikasi 47 lapangan usaha dan jumlah (kuota) yang diinginkan peneliti yaitu 1 (satu) lapangan usaha tiap sub populasi (lapangan usaha). Berdasarkan observasi lapangan dari peneliti, diketahui hanya terdapat 30 lapangan usaha dari 47 klasifikasi lapangan usaha industri kreatif sub-sektor kerajinan. Sehingga, sampel dalam penelitian ini adalah 30 lapangan usaha. Dimana, 17 lapangan usaha yang belum ada di Pekanbaru adalah industri batik; industri permadani; industri barang dari kulit dan kulit buatan; industri anyam-anyaman dari tanaman selain rotan dan bambu; industri alat dapur dari kayu, rotan dan bambu; industri perlengkapan dan peralatan rumah tangga dari gelas; industri perlengkapan rumah tangga dari porselin; industri bahan bangunan dari tanah liat/ keramik selain batu bata dan genteng; industri barang dari marmer dan granit untuk keperluan rumah tangga dan pajangan; industry barang dari batu untuk keperluan rumah tangga dan pajangan; industri permata; industri barang perhiasan berharga untuk keperluan



pribadi; industri barang persiapan berharga bukan untuk keperluan pribadi; industri alat-alat music tradisional; industri alat-alat music non tradisional; dan perdagangan eceran barang kerajinan dari kulit.

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan diantaranya:

##### **a. Kuesioner.**

Informasi yang diperoleh berkaitan dengan karakteristik pengusaha dan karyawan pada industri kreatif sub-sektor kerajinan yang terbagi ke dalam 30 lapangan usaha. Karakteristik pengusaha diantaranya: jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan pimpinan usaha, lama memimpin usaha, status, kelompok omset rata-rata per tahun, pelatihan kewirausahaan/ manajemen usaha yang pernah diikuti, latar belakang keluarga, dan latar belakang kependudukan. Karakteristik karyawan diantaranya: jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, lamanya bekerja dan status perkawinan.

##### **b. Observasi.**

Untuk melengkapi pengumpulan data, peneliti menggunakan metode observasi sistematis, yaitu observasi yang dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan secara sistematis unsur-unsur yang akan diobservasi (Tika, 2006).

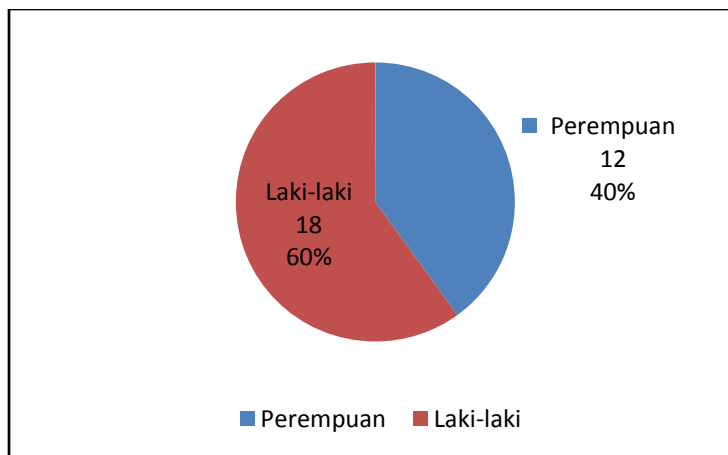
#### **5. Teknik Analisis**

Ada dua metode analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu metode deskriptif dan kualitatif.

#### **F. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

##### **1. Deskripsi Karakteristik Pengusaha Industri Kreatif Sub-Sektor Kerajinan**

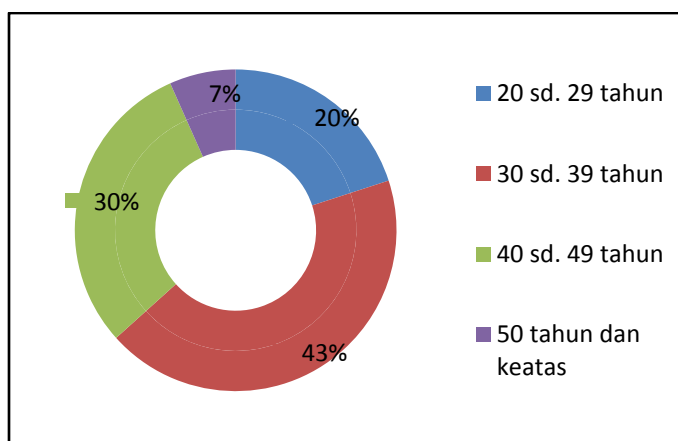
Berdasarkan hasil riset pada 30 pengusaha industri kreatif sub sektor kerajinan di Pekanbaru ditemukan pengusaha laki-laki lebih banyak dari pengusaha perempuan dengan sebaran usia yang bervariasi. Gambar 4 dan 5 berikut masing-masing menyajikan karakteristik responden pengusaha industri kreatif sub-sektor kerajinan berdasarkan jenis kelamin dan kelompok umur.



**Gambar 4: Karakteristik Pengusaha berdasarkan Jenis Kelamin**

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan jenis kelamin responden terlihat bahwa jumlah pengusaha laki-laki sebanyak 18 orang (60%) lebih dominan dari perempuan yang berjumlah hanya 12 orang (40%). Pada dasarnya pemilihan responden tidak membedakan gender. Namun hasil ini memang menunjukkan perbandingan jumlah pengusaha industri kreatif sub-sektor kerajinan laki-laki lebih banyak daripada pengusaha perempuan.



**Gambar 5: Karakteristik Pengusaha berdasarkan Usia**

Sumber: Data Olahan, 2013

Usia responden berdasarkan Gambar 5 menunjukkan bahwa pengusaha kerajinan yang dominan adalah pada kelompok 30 sd. 39 tahun (13 pengusaha). Pada kelompok usia 40 sd. 49 tahun merupakan kelompok usia pengusaha kerajinan lebih sedikit dibanding kelompok usia 30 sd. 39 tahun yaitu 30% (9 pengusaha). Kelompok usia 20 sd. 29 tahun cenderung

lebih sedikit yaitu 6 pengusaha (20%). Sedangkan usia 50 tahun dan keatas hanya 7% atau 2 pengusaha.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan berada pada tahap karir pertengahan dan karir lanjut dari empat tahap karir yang dikemukakan oleh Robbins (1996) yaitu penjelajahan, penegakan, pertengahan karir dan karir lanjut. Pertengahan karir ialah satu tahap yang lazimnya dicapai antara usia 35 tahun dan 50 tahun, pada antar batas usia inilah orang bisa terus bisa meningkatkan prestasinya atau prestasi mulai mendatar, atau mulai memburuk.

Selanjutnya dari tingkat pendidikan terakhir pengusaha dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

**Tabel 2: Jenjang Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan Pengusaha Kerajinan**

<b>Jenjang Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Diploma I, II atau III	6	20,00%
Sarjana Strata 1 (S1)	5	16,67%
SMA sederajat	19	63,33%
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Pada tabel 2 dapat diketahui keadaan jenjang pendidikan terakhir pengusaha yang ditamatkan sangat bervariasi antara SMA sederajat, Diploma I, II atau III maupun S1. Jenjang pendidikan terakhir ditamatkan yang paling banyak adalah lulusan SMA sederajat sebanyak 19 pengusaha (63,33%). Selanjutnya lulusan D1, D2 atau D3 adalah 6 pengusaha (20%) dan sisanya lulusan S1 sebanyak 5 pengusaha (16,67%). Banyaknya pimpinan usaha yang berpendidikan rendah menunjukkan pengetahuan tentang pengelolaan sangat minim dikuasai. Rendahnya pengetahuan inilah salah satunya yang menyebabkan industri kreatif sulit untuk eksis dan bertahan didunia usaha. Tentunya disini diperlukan peran besar dari pemerintah untuk membina khususnya dari aspek manajemen usaha sehingga pengusaha industri kreatif tersebut dapat eksis di pasar.

Karakteristik pengusaha dilihat berdasarkan lamanya memimpin usaha industry kreatif sub-sektor kerajinan. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh pengusaha yang telah benar-benar mengenal tentang pengelolaan usahanya sendiri dan diharapkan telah

menemukan pengalaman penting dalam usahanya sehingga mereka terpacu untuk mempertahankan usahanya. Tabel 3 berikut menunjukkan lamanya pengusaha memimpin usaha.

**Tabel 3: Lamanya Pengusaha dalam Memimpin Usaha**

<b>Lama Memimpin Usaha</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Kurang dari 1 tahun	2	6,67%
1 sd. 5 tahun	15	50%
6 sd. 10 tahun	7	23,33%
11 sd. 15 tahun	5	16,67%
Lebih dari 15 tahun	1	3,33%
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Jumlah pengusaha yang lama dalam memimpin usahanya yang paling baru yaitu kurang dari 1 tahun sebanyak 2 pengusaha. Pengusaha yang lama memimpin usahanya juga terhitung muda yaitu 1 sd. 5 tahun adalah yang paling dominan (50%), selanjutnya diikuti oleh pengusaha yang lama memimpin usahanya 6 sd. 10 tahun sebanyak 7 pengusaha. Selanjutnya kriteria responden dari status perkawinan terlihat pada tabel 4 berikut.

**Tabel 4: Status Pernikahan Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan**

<b>Status Pernikahan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Belum menikah	1	3,33%
Menikah	29	96,67%
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Jumlah pengusaha yang telah menikah mendominasi yaitu 29 pengusaha (96,67%), dan hanya 1 pengusaha (3,33%) yang belum menikah. Pada dasarnya perkawinan bukanlah satu-satunya faktor biografis yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk berkarya, namun hal ini untuk menentukan kemantapan seseorang dalam berkarya, karena

perkawinan memaksakan tanggung jawab yang meningkat dan dapat membuat suatu pekerjaan lebih berharga dan penting.

**Tabel 5: Rata-rata Omset Usaha per Tahun**

<b>Rata-rata Omset Usaha per Tahun (Rp.)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< Rp.24.000.000,-	10	33,33%
Rp.25.000.000,- sd. Rp.50.000.000,-	8	26,67%
Rp.51.000.000,- sd. Rp.75.000.000,-	7	23,33%
Rp.76.000.000,- sd. Rp.100.000.000,-	1	3,33%
Diatas Rp.100.000.000,-	4	13,33%
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Omset rata-rata perusahaan pertahun didominasi dibawah Rp.24.000.000,- sebanyak 10 pengusaha (33,33%), selebihnya tersebar diantara Rp.25.000.000,- sd. Diatas Rp.100.000.000,-. Data ini menekankan informasi bahwa pengusaha industri kreatif sub-sektor kerajinan masih sangat membutuhkan pelatihan dalam upaya mengelola dan mengembangkan usaha. Rata-rata usaha yang ada belum mampu melebihi omset diatas Rp.100.000.000,- bahkan didominasi dibawah Rp.24.000.000,-. Data ini dapat dilengkapi dengan keikutsertaan pengusaha dalam pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha. Selengkapny dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

**Tabel 6: Keikutsertaan Pengusaha dalam Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Usaha**

<b>Keikutsertaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pernah	15	50%
Belum pernah	15	50%
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Latar belakang keluarga para pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan didominasi dari keluarga pengusaha mikro, kecil dan menengah sebanyak 11 pengusaha

(36,67%), keluarga pegawai swasta sebanyak 7 pengusaha (23,33%), selanjutnya pengusaha menengah dan besar sebanyak 4 orang (13,33%) selebihnya berasal dari latar belakang keluarga PNS dan pekerjaan lain. Latar belakang ini menunjukkan bahwa bakat pengusaha yang dimiliki lebih banyak berasal dari keluarga yang juga pengusaha, baik skala mikro kecil maupun menengah dan besar. Dengan demikian kemampuan mengelola usaha termasuk teknis operasional diperoleh secara menurun dari keluarga atau pengalaman. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

**Tabel 7: Latar Belakang Keluarga Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan**

<b>Latar Belakang Keluarga</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pengusaha menengah atau besar	4	13,33%
Pengusaha mikro atau kecil	11	36,67%
PNS, TNI/ Polri, BUMN/ BUMD	3	10%
Pegawai swasta	5	16,67%
Lain-lain	7	23,33&%
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Selain latar belakang keluarga, perlu juga diketahui latar belakang kependudukan (kesukuan). Ada tiga etnis asli Indonesia yang bisa menjadi pengusaha andal, yaitu Bugis, Banjar, dan Minang. Ketiganya suku perantau, yang memiliki catatan sebagai pengusaha sukses. Bisa dibayangkan, mereka yang merantau akan lebih sukses. Menurut Khasali (2012) dalam (<http://www.rumahbisnis.org/>, 2012) faktor utamanya karena perantau memiliki keberanian dan kemandirian . Latar belakang kependudukan (suku) pengusaha industry kreatif di Pekanbaru lebih banyak didominasi oleh pendatang (minang dan jawa) sebanyak 26 pengusaha (86,67%). Hal ini menunjukkan bahwa bakat pengusaha yang dimiliki selain berasal dari keluarga yang juga pengusaha, juga berasal dari latar belakang penduduk sebagai pendatang di Pekanbaru.

**Tabel 8: Latar Belakang Kependudukan Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan**

<b>Kependudukan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Penduduk asli	4	13,33%
Pendatang	26	86,67%
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

**2. Deskripsi Karakteristik Karyawan Industri Kreatif Sub-Sektor Kerajinan**

Hasil penelitian kepada seluruh karyawan dari 30 lapangan usaha industry kreatif sub-sektor kerajinan di Pekanbaru diperoleh data dari sebanyak 57 karyawan. Hal ini karena 10 dari 20 industri kreatif yang diteliti tidak memiliki karyawan, dengan berbagai alasan. Diantaranya, sulitnya mendapatkan karyawan yang berketerampilan dan juga kesulitannya pengusaha dalam membayar gaji karyawan karena penjualan produk kerajinan yang kurang lancar, sehingga memutuskan untuk mengelola sendiri usahanya tanpa dibantu oleh karyawan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data bahwa karyawan industry kreatif sub-sektor kerajinan didominasi oleh laki-laki, pada kelompok usia 20 sd. 29 tahun. Sebagian besar pada jenjang pendidikan yang ditamatkan SMA sederajat kebawah. Kondisi karyawan pada industri kreatif sub-sektor kerajinan dapat dilihat lebih rinci sebagai berikut.

Kondisi karyawan pada industri kreatif sub-sektor kerajinan dapat dilihat sebagai berikut. Dilihat dari jenis kelamin, dari 57 karyawan, karyawan laki-laki lebih banyak yaitu sebesar 30 orang (30 %), kemudian diimbangi dengan karyawan perempuan berjumlah 27 orang (47,37%).

**Tabel 9: Jenis Kelamin Karyawan pada Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Perempuan	27	47,37%
Laki-laki	30	52,63%
<b>Jumlah</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Umumnya karyawan yang bekerja pada industri kreatif sub-sektor kerajinan berkisar pada usia 40 tahun kebawah. Dimana jumlah terbesar berada pada kelompok usia dibawah 20 sd. 29 tahun yaitu sebanyak 38 orang (66,67%), kemudian dilanjutkan usia 30 sd. 39 tahun sebanyak 11 orang (36.67 %). Sisanya tersebar pada kisaran usia 40 sd. 49 tahun, dibawah 20 tahun dan 50 tahun keatas secara berurutan 5 orang, 2 orang dan 1 orang.

**Tabel 10: Kelompok Usia Karyawan**

<b>Kelompok Usia Karyawan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Dibawah 20 tahun	2	3,51%
20 sd. 29 tahun	38	66,67%
30 sd. 39 tahun	11	36,67%
40 sd. 49 tahun	5	16,67%
50 tahun dan keatas	1	3,33&%
<b>Jumlah</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Tingkat pendidikan karyawan dapat dilihat pada tabel 11. Jenjang pendidikan terakhir yang ditamatkan karyawan kategori lain-lain (SMA sederajat dan kebawah) adalah hampir keseluruhan yaitu 56 orang (98,25%). Dan hanya 1 karyawan yang merupakan lulusan dari Perguruan tinggi yang bekerja sebagai karyawan dengan gelar D1, D2 atau D3.

**Tabel 11: Jenjang Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan Karyawan**

<b>Jenjang Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Diploma I, II atau III	1	1,75%
SMA sederajat dan kebawah	56	98,25%
<b>Jumlah</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

Lamanya karyawan bekerja pada industry kreatif tempat bekerja lebih banyak berkisar 1 sd. 5 tahun. Selanjutnya tersebar antara 6 hingga lebih dari 15 tahun. Karyawan yang bekerja kurang dari 1 tahun sebanyak 5 karyawan (8,77%). Pada umumnya karyawan sudah menikah yaitu sebanyak 36 orang (63,16%), sedangkan yang belum menikah sebanyak 21 orang (36,84%) sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 13 dibawah.



**Tabel 12: Lamanya Karyawan Bekerja**

<b>Lama Bekerja</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Kurang dari 1 tahun	5	8,77%
1 sd. 5 tahun	26	45,61%
6 sd. 10 tahun	7	12,28%
11 sd. 15 tahun	7	12,28%
Lebih dari 15 tahun	12	21,05%
<b>Jumlah</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

**Tabel 13: Status Pernikahan Karyawan Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan**

<b>Status Pernikahan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Belum menikah	21	36,84%
Menikah	36	63,16%
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan, 2013

### **3. Dominasi Karakteristik Pengusaha dan Karyawan Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan di Pekanbaru**

Berdasarkan pemaparan karakteristik pengusaha dan karyawan indukstri kreatif sub-sektor kerajinan di Pekanbaru, maka dapat diringkas pada tabel 14 berikut. Pada tabel terlihat jenis kelamin pemilik usaha dan karyawan sama-sama didominasi oleh pria. Usia pengusaha lebih didominasi pada kelompok usia matang atau tahap pertengahan karir, pada umumnya telah menikah. Namun pendidikan terakhir yang ditamatkan lebih banyak didominasi lulusan SMA sederajat dan kebawah. Rata-rata lamanya memimpin usaha didominasi pemain baru, yaitu 1 sd. 5 tahun. Namun rata-rata omset perusahaan per tahun masing tergolong minim yaitu dibawah Rp. 24.000.000,-. Mereka menjalankan usaha rata-rata karena pengalaman dari latar belakang keluarga wirausaha juga dan pada umumnya adalah penduduk pendatang. Berbeda dengan karyawan pada industry kreatif sebagian besar berada pada kelompok usia 20 sd. 29 tahun, pada umumnya sudah menikah. Sebagian besar adalah lulusan SMA sederajat dan kebawah dengan lamanya masa kerja rata-rata 1 sd. 5 tahun.

**Tabel 14. Dominasi Karakteristik Pengusaha dan Karyawan Industri Kreatif Sub-Sektor Kerajinan**

<b>Keterangan</b>	<b>Pengusaha</b>	<b>Karyawan</b>
Dominasi jenis Kelamin	Pria, 60%	Pria, 52,63%
Dominasi kelompok usia	30 sd. 39 tahun, 43%	20 sd. 29 tahun,
Dominasi pendidikan terakhir yang ditamatkan	SMA Sederajat, 63,33%	SMA Sederajat dan kebawah, 98,25%
Dominasi lamanya memimpin atau menjadi karyawan	1 sd. 5 tahun, 50%	1 sd. 5 tahun, 45,61%
Dominasi status perkawinan	Menikah, 96,67%	Menikah, 63,16%
Dominasi rata-rata omset per tahun	< Rp.24.000.000,-, 33,33%	
Dominasi latar belakang keluarga	Pengusaha mikro atau kecil, 36,67%	
Dominasi latar belakang kependudukan	Pendatang, 86,67%	

Sumber: Data Olahan, 2013

**G. Kesimpulan dan Saran**

Bedasarkan hasil penelitian ditemukan karakteristik pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan seperti berikut. Pengusaha pada umumnya pria pada kelompok usia 30 sd. 39 tahun. Sebagian besar sudah menikah yaitu 96,67%. Tingkat pendidikan rata-rata SMA sederajat dan kebawah. Omset terbanyak berada pada kelompok omset terkecil yaitu dibawah Rp.24.000.000,- per tahun. Dan rasio pengusaha yang sama dalam hal keikutsertaannya pada pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha. Pada umumnya berasal dari latar belakang keluarga pengusaha, baik skala mikro kecil maupun menengah dan besar. Dan dengan latar belakang kependudukan yang mendominasi adalah bukan penduduk asli (luar Pekanbaru) sebesar 86,67%.

Selanjutnya karakteristik karyawan industry kreatif sub-sektor kerajinan juga didominasi oleh pria yang sudah menikah. Hampir semua karyawan menamatkan pendidikan pada jenjang SMA sederajat dan kebawah. Lamanya usia kerja rata-rata berkisar 1 sd. 5 tahun. Dan menjadi karyawan pada industry kreatif didominasi oleh kelompok usia yang 20 sd. 29 tahun atau dapat dikatakan periode karir awal.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan kepada pemerintah untuk lebih serius memperhatikan pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan. Data menunjukkan bahwa separuh dari keseluruhan pengusaha industry kreatif di Pekanbaru adalah pemain baru dengan tingkat pendidikan rendah. Separuhnya belum pernah mengikuti pelatihan

kewirausahaan dan manajemen usaha, sehingga tidak mengherankan bila omset yang diperoleh rata-rata masih tergolong rendah yang didominasi dengan hanya meraih Rp.24.000.000,- per tahun. Industri kreatif sub-sektor kerajinan terbukti mampu memberikan kontribusi cukup besar bagi pemerintah. Disamping perannya yang cukup besar dalam memperkuat perekonomian Kota Pekanbaru, industry kreatif juga mampu menyerap tenaga kerja yang pada umumnya adalah penduduk usia kerja dengan tingkat pendidikan rendah.

Untuk itu para pemangku kepentingan dari industri kreatif itu sendiri, yaitu cendekiawan, bisnis dan pemerintah (*triple helix*) di Kota Pekanbaru perlu membuat langkah pengembangan dan langkah koordinasi yang sesuai sehingga industry kreatif sub-sektor kerajinan di Kota Pekanbaru dapat bertahan lama dan berkembang secara baik. Seperti, membentuk badan khusus yang menangani sektor industry kreatif tingkat Kota, meningkatkan daya tawar (*bargaining position*) untuk permasalahan HKI (menyelenggarakan sosialisasi), kebijakan atau bentuk skema pembiayaan yang sesuai bagi kebutuhan industri kreatif, mempersiapkan pengusaha dan karyawan industry kreatif secara matang dengan segera diciptakan lembaga-lembaga pelatihan baik formal, non-formal maupun organik yang mampu melatih kemampuan manajerial, olah kreativitas, bahasa asing, pemasaran dan negosiasi bisnis. Sehingga nilai tambah yang dihasilkan industri kreatif Kota Pekanbaru semakin besar. Yang pada akhirnya siap melayani pasar domestik juga pasar luar negeri.