

KARAKTERISTIK PENGUSAHA DAN KARYAWAN INDUSTRI KREATIF DI PEKANBARU

(STUDI KASUS PADA SUB-SEKTOR KERAJINAN)

Sri Zuliarni

Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik pengusaha dan karyawan industri kreatif di Pekanbaru (studi kasus pada sub sektor kerajinan). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan observasi. Analisis data menggunakan metode deskriptif dan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pengusaha dan karyawan industri kreatif didominasi oleh pria dan menikah yang berada pada fase karir lanjutan dan mempertahankan. Namun pendidikan terakhir yang ditamatkan lebih didominasi lulusan SMA sederajat dan kebawah. Rata-rata lamanya memimpin usaha/ menjadi karyawan 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 latar belakang keluarga sebagai pengusaha dan pada umumnya adalah penduduk pendatang.

Kata kunci: *karakteristik pengusaha, karakteristik karyawan, industri kreatif, sub-sektor kerajinan*

PENDAHULUAN

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). 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.

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. 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.

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. 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)**”.

Rumusan Masalah Penelitian

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

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*).

Landasan Teori

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, terminologi 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”.

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: periklanan; arsitektur; pasar dan barang seni; kerajinan; desain; fesyen; film, video, fotografi; permainan interaktif; music; seni pertunjukan; penerbitan & percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; televisi dan radio; riset & pengembangan.

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).

Rantai Nilai Subsektor Industri Kerajinan

Pada umumnya, aktivitas-aktivitas dan pihak-pihak yang terkait dalam industri kerajinan adalah seperti yang ditunjukkan pada gambar 2 berikut.



Gambar 2: Rantai Nilai Subsektor Industri Kerajinan

Sumber: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008

Dari gambar di atas terlihat bahwa industri kerajinan terdiri dari 2 kelompok utama, yaitu industri pengolahan dan industri jasa perdagangan barang-barang kerajinan. Sementara Lapangan usaha yang termasuk dalam subsektor kerajinan, yang mengacu pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2005 dalam Departemen Perdagangan Indonesia (2007) terdapat 47 kategori, yaitu kelompok 17124 (industri batik), kelompok 17220 (industri permadani), kelompok 17293 (industri bordir/ sulaman), kelompok 17301 (industri kain rajut), kelompok 19129 (industri barang dari kulit dan kulit buatan untuk keperluan lainnya), kelompok 20291 (industri anyam-anyaman dari rotan

dan bambu), kelompok 20292(industri anyam-anyaman dari tanaman selain rotan dan bambu), kelompok 20293 (industri kerajinan ukir-ukiran dari kayu kecuali *mebeller*), kelompok 20294 (industri alat-alat dapur dari kayu,rotan dan bambu), kelompok 20299 (industri barang dari kayu, rotan, gabus), kelompok 26121 (industri perlengkapan dan peralatan rumah tangga dari Gelas), kelompok 26129 (industri barang lainnya dari gelas), kelompok 26201 (industri perlengkapan rumah tangga dari porselin), kelompok 26321 (industri barang dari tanah liat), kelompok 26324 (industri bahan bangunan dari tanah liat/ keramik selain batu bata dan genteng), kelompok 26501 (industri barang dari marmer dan granit untuk keperluan rumah tangga dan pajangan),kelompok 26503 (industri barang dari batu untuk keperluan rumah tangga dan pajangan), kelompok 28920 (industri untuk bahan berbagai pekerjaan khusus terhadap logam dan barang-barang dari logam), kelompok 36101 (industri furnitur dari kayu), kelompok 36102 (industri furnitur dari rotan, dan atau bambu), kelompok 36104 (industri furnitur dari logam), kelompok 36109 (industri furnitur yang bahan utamanya bukan kayu, rotan, bambu, logam, plastik, dan bukan barang imitasi), kelompok 36911 (industri permata), kelompok 36912 (industri barang perhiasan berharga untuk keperluan pribadi dari logam mulia), kelompok 36913 (industri barang perhiasan berharga bukan untuk keperluan pribadi dari logam mulia), kelompok 36915 (industri barang perhiasan bukan untuk keperluan pribadi dari bukan logam mulia), kelompok 36921 (industri alat-alat musik tradisional), kelompok 36922 (industri alat-alat musik non tradisional), kelompok 36942 (industri mainan), kelompok 36933 (industri kerajinan yang tidak diklasifikasikan di tempat lain), kelompok 51391 (perdagangan besar barang-barang keperluan rumah tangga), kelompok 51399 (perdagangan besar berbagai barang-barang dan perlengkapan rumah tangga lainnya), kelompok 52326 (perdagangan eceran barang perhiasan baik terbuat dari batu mulia, ataupun bukan logam mulia), kelompok 52327 (perdagangan eceran jam), kelompok 52331 (perdagangan eceran furniture), kelompok 52335 (perdagangan eceran barang pecah belah dan perlengkapan dapur dari batu atau tanah liat), kelompok 52336 (perdagangan eceran barang pecah belah dan perlengkapan dapur dari kayu, bambu atau rotan), kelompok 52365 (perdagangan eceran alat-alat musik, baik tradisional maupun modern), kelompok 52381 (perdagangan eceran barang kerajinan dari kayu, bambu, rotan, pandan, rumput dan sejenisnya), kelompok 52382, (perdagangan eceran barang kerajinan dari kulit, tulang, tanduk, gading, bulu dan binatang/ hewan yang diawetkan), kelompok 52383 (perdagangan eceran barang kerajinan dari logam), kelompok 52384 (perdagangan eceran barang kerajinan dari keramik), kelompok 52385 (perdagangan eceran mainan anak-anak), kelompok 52386 (perdagangan eceran lukisan), kelompok 52389 (perdagangan eceran barang-barang kerajinan, mainan anak-anak, dan lukisan), kelompok 52581 (perdagangan eceran kaki lima barang kerajinan), kelompok 52583 (perdagangan eceran kaki lima lukisan).

Kontribusi Ekonomi Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

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

Tabel 1: Kontribusi Ekonomi Subsektor Kerajinan



Indikator	Satuan	2002	2003	2004	2005	2006	Rata-rata
1. Berbasis Produk Domestik Bruto (PDB)							
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%
2. Berbasis Ketenagakerjaan							
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
3. Berbasis Nilai Ekspor							
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%
4. Berbasis Jumlah Perusahaan							
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.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu Kota di Provinsi Riau yaitu Kota Pekanbaru. Sumber data terdiri dari data primeryang diperoleh langsung dari pengusaha dan karyawan industri kreatif dan data sekunder, yaitu peneliti menggunakan data dari Departemen Perdagangan Republik Indonesia dan referensi lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

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; industri 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.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan observasi. Ada dua metode analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu metode deskriptif dan kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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 2 dan 3 berikut masing-masing menyajikan karakteristik responden pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan berdasarkan jenis kelamin dan kelompok umur.

Tabel 2: Karakteristik Pengusaha berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	12	40.00%
Laki-laki	18	60,00%
Jumlah	30	100%

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%).

Tabel 3: Karakteristik Pengusaha berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
20 sd. 29 tahun	6	20,00%
30 sd. 39 tahun	13	43%

40 sd. 49 tahun	9	30%
50 tahun keatas	7	7%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Usia responden berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa pengusaha kerajinan yang dominan adalah pada kelompok 30 sd. 39 tahun (13 pengusaha). Sedangkan usia 50 tahun dan keatas hanya 7% atau 2 pengusaha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan berada pada fase lanjutan dan mempertahankan dari empat fase yang dikemukakan oleh Rivai (2006) dalam Sembiring (2009) 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 4 berikut.

Tabel 4: Jenjang Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan Pengusaha Kerajinan

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

Sumber: Data Olahan, 2013

Pada tabel 4 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%). 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, terlihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5: Lamanya Pengusaha dalam Memimpin Usaha

Lama Memimpin Usaha	Frekuensi	Persentase
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%
Jumlah	30	100%

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 6 berikut.

Tabel 6: Status Pernikahan Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

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

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 (Robbins, 1996)

Tabel 7: Rata-rata Omset Usaha per Tahun

Rata-rata Omset Usaha per Tahun (Rp.)	Frekuensi	Persentase
< 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%
Jumlah	30	100%

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 upayamengelola dan mengembangkan usaha. Data ini dapat dilengkapi dengan keikutsertaan pengusaha dalam pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 8: Keikutsertaan Pengusaha dalam Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Usaha

Keikutsertaan	Frekuensi	Persentase
Pernah	15	50%
Belum pernah	15	50%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Latar belakang keluarga 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.r. Dengan demikian kemampuan mengelola usaha termasuk teknisoperasional diperoleh secara menurun dari keluarga atau pengalaman.Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9: Latar Belakang Keluarga Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

Latar Belakang Keluarga	Frekuensi	Persentase
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%
Jumlah	30	100%

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 dibilang, 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 industri 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 10: Latar Belakang Kependudukan Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

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

Sumber: Data Olahan, 2013

Deskripsi Karakteristik Karyawan Industri Kreatif Sub-Sektor Kerajinan

Hasil penelitian kepada seluruh karyawan dari 30 lapangan usaha industri 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.

Kondisi karyawan pada industri kreatif sub-sektor kerajinan dapat 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 11: Jenis Kelamin Karyawan pada Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

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

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 12: Kelompok Usia Karyawan

Kelompok Usia Karyawan	Frekuensi	Persentase
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%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Tingkat pendidikan karyawan dapat dilihat pada tabel 13. 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 13: Jenjang Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan Karyawan

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

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 14 dibawah.

Tabel 14: Lamanya Karyawan Bekerja

Lama Bekerja	Frekuensi	Persentase
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%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Tabel 15: Status Pernikahan Karyawan Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

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

Sumber: Data Olahan, 2013

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 tabel16 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-ratalamanya 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 industri 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 16. Dominasi Karakteristik Pengusaha dan Karyawan Industri Kreatif Sub-Sektor Kerajinan

Keterangan	Pengusaha	Karyawan
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

Simpulan dan Saran

Bedasarkan hasil penelitian ditemukan karakteristik pengusaha industri 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 industri kreatif sub-sektor kerajinan jugadidominasi 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 industri 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 industri kreatif sub-sektor kerajinan. Data menunjukkan bahwa separuh dari keseluruhan pengusaha industri 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, industri 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 industri kreatif sub-sektor kerajinan di Kota Pekanbaru dapat bertahan lama dan berkembang secara baik. Seperti, membentuk badan khusus yang menangani sektor industri 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 industri 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahlan, Muhamad. 2007. "Aliran Diskreasi dan Peran Penting UKM". dalam <http://greatdepression.wordpress.com/2007/10/21/aliran-diskreasi-dan-peran-penting-ukm/>, diunduh pada 1 Mei, 2009.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2007. *Studi Pemetaan Industri Kreatif*. Kelompok Kerja Indonesia Desain Power: Jakarta.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Studi Industri Kreatif Indonesia*. Kelompok Kerja Indonesia Desain Power: Jakarta.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009. *Studi Industri Kreatif Indonesia 2009 (Update)*. Kelompok Kerja Indonesia Desain Power: Jakarta.
- Riau Pos. 23 Juni 2012. *Ekonomi Kreatif Perlu Terus Dikembangkan*. Diakses pada 25 September 2013 melalui



<http://m.riaupos.co/berita.php?act=full&id=13696&kat=6#.UkNapVMjUXw>

Robert, Mathis. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 10, terjemahan Diana Angelica. Penerbit Salemba Empat:Jakarta.

Rumah Bisnis. 07 November 2012. *Sukses Bukan Karena Bakat*. Diakses pada 25 September 2013 melalui <http://www.rumahbisnis.org/2012/11/sukses-bukan-karena-bakat.html>.

Sembiring, M. Simba. 2009. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Karir menjadi Akuntan Publik oleh Mahasiswa Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi USU Medan*. Tesis tidak dipublikasikan. Universitas Sumatera Utara:Medan.

Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. PT. Bumi Aksara:Jakarta.

