

KEARIFAN LOKAL DALAM Mendukung Pengembangan Industri Kreatif Di Provinsi Bali

Putu Ayu Sita Laksmi¹⁾ dan I Gde Wedana Arjawa²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa Denpasar Bali

¹⁾ ayusitatirtana@gmail.com dan ²⁾ wedamail02@gmail.com

Abstrak: Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Sejak tahun 2012, geliat industri kreatif di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Bahkan sekarang ini sebagian orang mulai memprediksikan pertumbuhan industri kreatif bisa melonjak cukup tinggi yakni hingga mencapai tiga kali lipat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji (1) hubungan industri kreatif dan pertumbuhan ekonomi, (2) hubungan industri kreatif dan kesejahteraan masyarakat dan (3) hubungan kearifan lokal dalam mendukung pengembangan industri kreatif. Metode yang digunakan dalam kajian ini menggunakan metode kualitatif yang bersumber pada studi pustaka. Dalam penelitian studi pustaka penulis atau peneliti berhadapan langsung dengan naskah atau data angka, bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan. Data pustaka berasal dari sumber sekunder bukan data primer. Penelitian ini menyimpulkan antara lain bahwa sektor industri memiliki peranan penting dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan pekerjaan. Industri kreatif ternyata mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Menumbuh kembangkan industri kreatif tidak bisa lepas dari budaya setempat. Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu faktor yang mendukung lahirnya pengembangan kreativitas yang dapat menghasilkan karya tertentu berupa industri kreatif. Ini mengandung makna bahwa kearifan lokal mendukung pengembangan industri kreatif.

Katakunci: kearifan lokal, industri, kreatif

PENDAHULUAN

Industri memegang peranan penting untuk mengurangi kemiskinan di negara-negara berkembang (Bosselmann, 2018). Dalam UU No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, industri adalah bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri. Industri kreatif selama beberapa tahun terakhir merupakan industri yang mendapatkan perhatian yang sangat tinggi dari masyarakat dan *stake holder*. Industri ini secara faktual telah memberikan kontribusi besar dalam pembentukan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja di negara-negara maju termasuk Indonesia. Di Bali, industri kreatif sudah berkembang sudah lama namun sebelumnya industri ini masih merupakan industri kecil. Perkembangan industri pada masing-masing negara berada pada tahap yang berbeda-beda namun semua negara memandang industri sebagai bagian penting untuk meningkatkan perekonomian.

Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Sektor industri memiliki peranan penting karena pengembangan sektor industri yang semakin meningkat, berdampak besar pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi (Kusumastuti, 2015).

Pembangunan sektor industri memiliki peran dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan pekerjaan. Pengembangan pada sektor industri dengan melakukan pengelompokan suatu perusahaan dapat memberikan dampak pada efisiensi dan pertumbuhan produktivitas (Anas *et al.*, 2018).

Dengan kondisi perekonomian yang tidak stabil, keamanan dan keamanan dalam bekerja adalah tujuan utama, dan keamanan tersebut didapat setelah menjadi karyawan yang mendapat gaji bulanan yang tetap. Hal ini berakhir dengan masalah pengangguran yang merupakan penyakit yang bersifat struktural dan kronis yang melanda seluruh negara berkembang, disebabkan karena mereka yang mencari pekerjaan setiap tahun terus bertambah, sedangkan lapangan pekerjaan yang tersedia tidak mencukupi. Akibatnya, setiap tahun jumlah pengangguran terus meningkat. Hal ini dibuktikan dengan ramainya bursa lowongan kerja yang dijejali oleh para pencari lapangan pekerjaan. Sistem ekonomi kreatif diyakini mampu menjadi solusi dalam mengatasi masalah tersebut, sekaligus sebagai alternatif dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang akan menggeser sistem ekonomi yang telah berjalan. Indonesia yang kaya akan budaya dan berpenduduk besar mempunyai potensi yang sangat besar dalam pengembangan ekonomi kreatif (Noviyanto, 2017).

Alvin Toffler dalam teorinya telah melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Pertama, gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga, gelombang ekonomi informasi. Berdasarkan prediksi, selanjutnya akan datang gelombang keempat, yaitu gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif (Nenny, 2008).

Pada tahun 2012, geliat industri kreatif di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Bahkan sekarang ini sebagian orang mulai memprediksikan pertumbuhan industri kreatif bisa melonjak cukup tinggi yakni hingga mencapai tiga kali lipat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi ini dapat kita lihat dari pertumbuhan industri kreatif yang semakin hari semakin aktif, sehingga penyerapan tenaga kerja serta kapasitas daya cipta di Negara kita mulai merangkak naik dan memberikan dampak yang cukup positif bagi perkembangan ekonomi di Indonesia (Fitriana, *et.al*, 2019).

Selain modal kreativitas, pengaruh budaya lokal yang merupakan budaya yang selalu dijalankan secara turun-temurun oleh semua orang yang ada di daerah tersebut sangatlah penting. Sebuah falsafah kultur Bali, Tri Hita Karana (THK) merupakan modal yang menekankan pada teori keseimbangan menyatakan bahwa masyarakat Hindu di Bali cenderung memahami diri dan lingkungannya sebagai sebuah sistem yang dikendalikan oleh nilai keseimbangan, dan diwujudkan dalam bentuk perilaku (Gunawan, 2009). Perilaku dalam segala hal baik dalam melakukan inovasi dan kreativitas usaha.

Budaya THK merupakan kearifan lokal Bali yang digunakan sebagai landasan individu dalam setiap aktivitasnya, khususnya pada masyarakat desa adat yang merupakan pemilik LPD. Konsep kehidupan yang baik mengedepankan prinsip-prinsip kebersamaan, keselarasan dan keseimbangan antara tujuan ekonomi, pelestarian lingkungan dan budaya, estetika dan spiritual (Tenaya, 2007). Menurut Wirawan (2011) THK adalah tiga penyebab kesejahteraan dan kemakmuran hidup manusia. THK merupakan tiga bentuk hubungan manusia dalam kehidupan ini yaitu hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa (*parahyangan*), hubungan antara sesama manusia (*pawongan*) dan hubungan manusia dengan alam (*palemahan*). Tradisi THK dilihat dari setiap masyarakat Bali karena merupakan suatu budaya yang diwarisi secara turun-

temurun. Filosofi THK juga sangat relevan dengan aktivitas usaha atau bisnis (Dwirandra, 2011).

Dalam kehidupan masyarakat Bali, khususnya agama Hindu, sisi spiritualitas menjadi unsur penting dalam setiap kegiatan yang dilakukan dan memiliki kepercayaan bahwa segala keberhasilan adalah karunia dari Tuhan (Sitiari, 2016). Spiritualitas lebih menekankan pada sikap yang didorong oleh inspirasi bathin dan komitmen intrinsik pada setiap kegiatan yang dilakukan. Sisi spiritualitas dapat menunjang kreativitas dalam berbagai kegiatan termasuk dalam penciptaan, seni dan ekonomi yang dalam kearifan lokal Bali lebih dikenal dengan istilah *Taksu*. Seperti yang diungkapkan oleh Mantra (1992), *taksu* dalam budaya Bali dijelaskan sebagai budaya murni kreativitas alami yang memberikan kekuatan kepada seseorang.

Unsur sosial merujuk pada konsep THK yaitu hubungan harmonis dengan sesama manusia secara lebih dapat dilihat dari hubungan antara pelaku ekonomi kreatif dalam hal ini dengan pelanggan, rekan kerja ataupun pesaing bisnis. Menurut Kotler (2010) dalam konsep marketing 3.0 yang lebih mengutamakan pemasaran produk pada *human spirit* daripada sekedar menjual produk pada konsumen. Pemasaran tidak hanya berfokus pada menjual produk untuk memenuhi permintaan tetapi mengarah pada harapan perusahaan dalam memenuhi dan mengembalikan kepercayaan konsumen. Hal senada diungkapkan oleh Ries dan Trout (1981) bahwa produk haruslah unik dan berarti dalam pikiran pelanggan untuk menghasilkan *long-lasting impression*. Dalam kehidupan masyarakat Bali hubungan antar sesama manusia dikenal dengan konsep *menyama braya*.

Konsep ini *menyama braya* ini secara umum dapat dijelaskan sebagai sikap yang mengutamakan persaudaraan, saling membantu, kerjasama yang saling menguntungkan dan kebersamaan (Sitiari, 2016). Aspek *sustainability* erat kaitannya dengan proses produksi yang mengutamakan bahan ramah lingkungan. Menurut Lako (2014), perusahaan yang menerapkan *green company* sebagai bagian dari ekonomi hijau pada akhirnya dapat menerapkan penghematan energi, efisiensi biaya produksi dan operasional yang pada ujungnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji (1) hubungan industri kreatif dan pertumbuhan ekonomi, (2) hubungan industri kreatif dan kesejahteraan masyarakat dan (3) hubungan kearifan lokal dalam mendukung pengembangan industri kreatif.

KAJIAN TEORI

1. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan kegiatan ekonomi yang menyebabkan barang dan jasa yang ada dalam masyarakat bertambah dari satu periode ke periode yang lain serta kemakmuran masyarakat meningkat. Masalah pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah dalam makro ekonomi untuk jangka panjang. Selain itu, pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh bertambahnya investasi, teknologi yang berkembang, dan meningkatnya kesempatan kerja (Laili, 2007).

Menurut Sukirno (2006), dalam kegiatan perekonomian yang sebenarnya pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan secara fisik produksi barang dan jasa yang berlaku di suatu negara, seperti penambahan dan jumlah produksi barang industri, perkembangan infrastruktur, penambahan jumlah sekolah, penambahan produksi sektor jasa dan penambahan produksi barang modal.

Teori pertumbuhan ekonomi yang relevan dengan penelitian ini adalah teori pertumbuhan ekonomi Schumpeter yang dikenal dengan Teori Schumpeter. Menurut

Sukirno (2006), teori ini menekankan pada inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha dan mengatakan bahwa kemajuan teknologi sangat ditentukan oleh jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) dalam masyarakat yang mampu melihat peluang dan berani mengambil risiko membuka usaha baru, maupun memperluas usaha yang telah ada. Dengan pembukaan usaha baru dan perluasan usaha, tersedia lapangan kerja tambahan untuk menyerap angkatan kerja yang bertambah setiap tahunnya.

Menurut Schumpeter, pembangunan ekonomi akan berkembang pesat dalam lingkungan masyarakat yang menghargai dan merangsang setiap orang untuk menciptakan hal-hal yang baru (inovasi), lingkungan yang paling cocok untuk itu adalah lingkungan masyarakat yang menganut paham *laissez-faire*, bukan dalam masyarakat sosialis ataupun komunis yang cenderung mematikan kreativitas penduduknya. Dalam masyarakat yang menganut mekanisme pasar, besarnya insentif yang akan diterima seseorang karena adanya penemuan-penemuan baru lebih besar dibandingkan dengan insentif yang diterima oleh masyarakat sosialis.

Pembangunan ekonomi berawal pada suatu lingkungan sosial, politik, dan teknologi yang menunjang adanya kreativitas para pengusaha. Adanya lingkungan yang menunjang kreativitas akan mampu melahirkan beberapa pengusaha perintis (*pioneer*) yang mencoba menerapkan ide-ide baru mereka dalam kehidupan ekonomi (cara berproduksi baru, produk baru, bahan mentah, dan sebagainya). Mungkin tidak semua pengusaha perintis tersebut akan menuai sukses dalam inovasinya. Bagi pengusaha perintis yang menuai sukses dalam inovasinya tersebut, dia akan memperoleh keuntungan monopoli atas buah kreativitasnya, karena di mata konsumen belum ada pengusaha lain yang melakukan terobosan seperti yang dia lakukan.

Menurut Schumpeter, inovasi mempunyai tiga pengaruh yaitu (1) diperkenalkannya teknologi baru, (2) menimbulkan keuntungan lebih (keuntungan monopolistis) yang merupakan sumber dana penting bagi akumulasi modal, dan (3) inovasi akan selalu diikuti oleh timbulnya proses peniruan (imitasi) yaitu adanya pengusaha-pengusaha lain yang meniru teknologi baru tersebut.

Pengembangan usaha (*entrepreneurship*) merupakan salah satu momentum pembangunan ekonomi bangsa. Konsep pembangunan ekonomi kreatif merupakan pembangunan yang berlandaskan pada kreatifitas. Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam dan budaya, namun selama ini pengelolaan atas sumber daya tersebut belum mampu mensejahterakan seluruh masyarakat. Selama ini pengelolaan sumber daya untuk mensejahterakan masyarakat belum maksimal. Secara yuridis historis landasan hukum dari industri kreatif dimulai dari Undang-undang No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, kemudian diikuti oleh Peraturan Presiden No. 28 Tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional, yang dinamakan dengan 'industri kreatif'. Pemerintah juga membentuk badan ekonomi kreatif dengan dikeluarkannya Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 pada bulan Januari 2015. Akan tetapi pemerintah melakukan revisi 6 bulan kemudian dengan dikeluarkan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif.

2. EKONOMI KREATIF

1) Konsep Ekonomi Kreatif

Istilah Ekonomi Kreatif mulai ramai diperbincangkan sejak John Howkins, penulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Howkins mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya

adalah Gagasan. Atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Maka dapat dibayangkan bahwa hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang relatif tinggi. Kondisi ekonomi yang diharapkan oleh Indonesia adalah ekonomi yang berkelanjutan dan juga memiliki beberapa sektor sebagai pilar maupun penopang kegiatan ekonomi di Indonesia. Keberlanjutan yang dimaksud adalah kemampuan untuk beradaptasi terhadap kondisi geografis dan tantangan ekonomi baru, yang pada akhirnya menghasilkan keberlanjutan pertumbuhan (*sustainable growth*) (Purnomo, 2016).

Pertumbuhan yang tinggi tercermin dari kompetensi individu-individu dalam menciptakan inovasi. Ekonomi Kreatif yang di dalamnya terdapat industri-Industri kreatif memiliki daya tawar yang tinggi di dalam ekonomi berkelanjutan karena individu-individunya memiliki modal kreativitas (*creative capital*) yang mereka gunakan untuk menciptakan inovasi-inovasi. Ekonomi kreatif menjadi salah satu konsep untuk pengembangan perekonomian di Indonesia. Yang mana, Indonesia bisa mengembangkan model ide dan talenta dari rakyat untuk dapat menginovasi dan menciptakan suatu hal. Pola pikir kreatif yang sangat diperlukan untuk tetap tumbuh berkembang serta bertahan di masa yang akan datang.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu konsep untuk pengembangan perekonomian di Indonesia. Yang mana, Indonesia bisa mengembangkan model ide dan talenta dari rakyat untuk dapat menginovasi dan menciptakan suatu hal. Pola pikir kreatif yang sangat diperlukan untuk tetap tumbuh berkembang serta bertahan di masa yang akan datang.

2) Industri Kreatif Di Indonesia

Pada studi pemetaan industri kreatif yang juga dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007-pun juga menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama sehingga industry kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

Pada tahun berikutnya yaitu tahun 2008 diluncurkanlah sebuah buku studi pemetaan industri kreatif di Indonesia. Buku tersebut membahas mengenai potensi dan pemetaan sektor industri kreatif di Indonesia. Tak hanya itu, kegiatan-kegiatan lainpun kemudian turut menghidupkan para pelaku industri kreatif di Indonesia. Pada tahun 2009, presiden Susilo Bambang Yudhoyono juga menetapkannya sebagai Tahun Indonesia Kreatif dengan penyelenggaraan pameran virus kreatif sebagai salah satu perhelatan acaranya. Pameran virus kreatif ini mencakup keempat belas subsektor industri kreatif, diantaranya adalah periklanan (advertising), arsitektur, pasar barang seni, kerajinan (craft), desain, fesyen (fashion), video film dan fotografi, musik, seni pertunjukan (showbiz), penerbitan dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak (software), televise dan radio (broadcasting), riset dan pengembangan (R&D).

Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasi ulang sub-sektor industri kreatif dari 14 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor, yaitu (1) Arsitektur; (2) Desain Interior; (3) Desain Komunikasi Visual; (4) Desain Produk; (5) Film, Animasi, dan Video; (6) Fotografi; (7) Kriya; (8) Kuliner; (9) Musik; (10) *Fashion*; (11) Aplikasi dan *Game Developer*; (12) Penerbitan; (13) Periklanan; (14) Televisi dan Radio; (15) Seni Pertunjukan; dan (16) Seni Rupa. Penambahan subsektor kuliner menjadi penting

karena Indonesia memiliki kekayaan dan warisan budaya produk makanan yang khas dan dapat menjadi keunggulan komparatif bagi Indonesia.

3) Industri Kreatif Berbasis Budaya Di Bali

Orange Economy memiliki banyak istilah, seperti industri budaya, industri kreatif, industri rekreasi, industri hiburan, industri konten, industri yang terproteksi hak cipta, ekonomi budaya dan ekonomi kreatif. Walaupun memiliki banyak istilah namun telah disepakati bahwa kesemuanya merujuk pada satu tujuan, yaitu ide atau gagasan atau kreatifitas. Selama ini kita lebih mengenal istilah Industri Kreatif dan ekonomi Kreatif. Konsep *Orange Economy* di Bali, telah berkembang jauh sebelum para ahli ekonomi mengemukakan definisi atau pengertian mengenai *Orange economy*. Industri Kultural dan Kreatif dikembangkan oleh Industri Kecil Menengah (IKM) yang tersebar di seluruh Bali. Pengembangan industri kreatif yang berbasis pada budaya lokal di masing-masing daerah memiliki jenis dan karakteristik yang berbeda-beda satu sama yang lainnya, sehingga istilah satu daerah satu produk (*one village one product*) sudah lama terkenal di Bali. Kalau diambil contoh misalnya di Kabupaten Gianyar, mulai dari barat desa Batubulan dikenal dengan industri patung padas, desa Celuk dikenal dengan industri perak, desa Guwang dikenal dengan industri patung kayu, desa Batuan dikenal dengan lukisan corak batuan dan seterusnya.

Bagi masyarakat Bali pada umumnya, kreativitas merupakan persembahan kepada Tuhan ataupun orang-orang yang mereka hormati. Saat ini kreativitas sebagai sumber ekonomi yang berbasis budaya terus berkembang sesuai dengan zamannya. Pelaku usaha kreatif yang berbasis budaya pada umumnya adalah masyarakat lokal yang bersifat inclusive. Mereka telah bergerak di berbagai sub ekonomi seperti kerajinan tangan, tenun, tekstil, kuliner dan bahkan hingga pengembangan jasa kreatif, terutama yang terkait dengan dukungan pada industri pariwisata.

Masyarakat Bali sangat menyadari bahwa alam yang cantik dan sumber daya budaya yang unik serta beragam, akan memberikan anugerah besar bagi kesejahteraan mereka. Mereka juga menyadari kesempatan untuk menjadikan alam dan budaya sebagai modal dasar untuk menggali pendapatan sangatlah besar, walaupun harus diakui bahwa memang masih banyak kendala yang menghadang terkait alam dan budaya, aksioma “Semakin dilestarikan, semakin mensejahterakan” sangat disadari oleh masyarakat, namun dalam penerapannya masih berhadapan dengan berbagai kendala.

KEARIFAN LOKAL

1) Konsep Kearifan Lokal

Kearifan lokal adalah identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengolah kebudayaan yang berasal dari luar/bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri Wibowo (2015). Identitas dan Kepribadian tersebut tentunya menyesuaikan dengan pandangan hidup masyarakat sekitar agar tidak terjadi pergeseran nilai-nilai. Kearifan lokal adalah salah satu sarana dalam mengolah kebudayaan dan mempertahankan diri dari kebudayaan asing yang tidak baik.

Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam bahasa asing sering juga dikonsepsikan sebagai kebijakan setempat local wisdom atau pengetahuan setempat “*local knowledge*” atau kecerdasan setempat

local genius Fajarini (2014). Berbagai strategi dilakukan oleh masyarakat setempat untuk menjaga kebudayaannya.

Hal senada juga diungkapkan oleh Alfian (2013), kearifan lokal diartikan sebagai pandangan hidup dan pengetahuan serta sebagai strategi kehidupan yang berwujud aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan pendapat Alfian itu dapat diartikan bahwa kearifan lokal merupakan adat dan kebiasaan yang telah mentradisi dilakukan oleh sekelompok masyarakat secara turun temurun yang hingga saat ini masih dipertahankan keberadaannya oleh masyarakat hukum adat tertentu di daerah tertentu. Berdasarkan pengertian di atas dapat diartikan bahwa *local wisdom* (kearifan lokal) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat local yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Selanjutnya Istiawati (2016) berpandangan bahwa kearifan lokal merupakan cara orang bersikap dan bertindak dalam menanggapi perubahan dalam lingkungan fisik dan budaya. Suatu gagasan konseptual yang hidup dalam masyarakat, tumbuh dan berkembang secara terus-menerus dalam kesadaran masyarakat dari yang sifatnya berkaitan dengan kehidupan yang sakral sampai dengan yang profan (bagian keseharian dari hidup dan sifatnya biasa-biasa saja). Kearifan lokal atau *local wisdom* dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat local yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Kearifan lokal adalah semen pengikat dalam bentuk kebudayaan yang sudah ada sehingga didasari keberadaan. Kearifan lokal dapat didefinisikan sebagai suatu budaya yang diciptakan oleh aktor-aktor lokal melalui proses yang berulang-ulang, melalui internalisasi dan interpretasi ajaran agama dan budaya yang disosialisasikan dalam bentuk norma-norma dan dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat (Ratna, 2011).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, peneliti dapat mengambil benang merah bahwa kearifan lokal merupakan gagasan yang timbul dan berkembang secara terus-menerus di dalam sebuah masyarakat berupa adat istiadat, tata aturan/norma, budaya, bahasa, kepercayaan, dan kebiasaan sehari-hari.

2) Kearifan Lokal Di Bali

Keberadaan modal budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu elemen penting yang dapat mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Menurut Hamdan (2016) Indonesia memiliki *International Cultural Heritage* serta kekayaan, keindahan alam dan saujana sebagai bahan baku ekonomi kreatif yang sangat tinggi serta tersebar luas pada masyarakat Indonesia dengan adat istiadat yang beragam. Kebhinekaan, seperti etnis, suku, nilai-nilai, warisan budaya dan bahasa yang tersebar di berbagai daerah merupakan modal dasar ekonomi kreatif (Suryana, 2013). Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia memiliki kekuatan kekayaan kearifan lokal yang ada dimana sumber daya budaya merupakan kekayaan peradaban Indonesia yang menjadi bagian kepribadian dan identitas suatu masyarakat dapat dijadikan bahan baku dalam proses kreasi dan produksi karya kreatif (Bekraf, 2017).

Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu unsur penting yang dapat menjadi keunikan tersendiri dan memberikan nilai lebih produk kreatif. Kearifan lokal dapat diartikan sebagai bentuk ekspresi dari etnis dimana orang-orang melakukan kegiatan mereka dan bertindak sesuai dengan itu dan disesuaikan dengan ide, dan akhirnya, tindakan mereka menghasilkan karya tertentu (Meliono, 2011). Koentjaraningrat (2002) menjelaskan bahwa kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil

karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Indonesia ditinjau dari aspek budaya dan kearifan lokal memiliki kekayaan yang sangat besar dan beragam. Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu factor yang mendukung lahirnya kreativitas. Bhawuk (2003) menjelaskan model umum budaya dan kreativitas disajikan di mana budaya, *zeitgeist*, dan kearifan didalilkan untuk memiliki hubungan timbal balik dalam membentuk perilaku kreatif.

Bali sebagai salah satu destinasi utama pariwisata di Indonesia memiliki beragam kebudayaan dan kearifan loka yang menjadi ciri khas dan menjadi modal penting dalam pengembangan ekonomi kultural. Budaya dan kearifan lokal Bali sangat dipengaruhi oleh Agama Hindu dan sudah turun temurun dilaksanakan oleh masyarakat Bali. Menurut Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2008), secara etnik masyarakat Bali terikat oleh kesadaran akan kesatuan budaya lokal maupun nasional yang diperkuat dengan adanya kesatuan bahasa, agama perjalanan sejarah dan kebudayaannya. Salah satu konsepsi lokal Bali yang menjadi pedoman dalam tata kehidupan masyarakat Bali adalah Tri Hita Karana (THK). Konsep THK ini secara umum dapat dijelaskan sebagai suatu konsep keseimbangan yang menyebabkan kebahagiaan antara lain keseimbangan hubungan manusia dengan Tuhan, keseimbangan hubungan manusia dengan sesama dan keseimbangan hubungan manusia dengan alam. Wiana (2004) menjelaskan bahwa konsep THK menekankan tiga hubungan manusia dalam kehidupan yang meliputi hubungan dengan sesama manusia, hubungan dengan alam sekeliling dan hubungan dengan keTuhanan yang saling terkait satu sama lain. Secara universal konsep THK ini senada dengan konsep spirituality, sociality dan sustainability. Manusia dengan rendah hati harus menerima dan menyadari bahwa manusia juga tergantung pada Tuhan dan semesta dan secara ekonomi, manusia harus membatasi keserakahan untuk mengeksploitasi lingkungan (Kalampung, 2016).

Dalam kehidupan masyarakat Bali, khususnya agama Hindu, sisi spiritualitas menjadi unsur penting dalam setiap kegiatan yang dilakukan dan memiliki kepercayaan bahwa segala keberhasilan adalah karunia dari Tuhan (Sitiari, 2016). Hal senada diungkapkan oleh Bouckaert (2007) bahwa spiritualitas lebih menekankan pada sikap yang didorong oleh inspirasi bathin dan komitmen intrinsik pada setiap kegiatan yang dilakukan. Sisi spiritualitas dapat menunjang kreativitas dalam berbagai kegiatan termasuk dalam penciptaan, seni dan ekonomi yang dalam kearifan lokal Bali lebih dikenal dengan istilah *Taksu*. Seperti yang diungkapkan oleh Mantra (1992), *taksu* dalam budaya Bali dijelaskan sebagai budaya murni kreativitas alami yang memberikan kekuatan kepada seseorang.

Unsur sosial merujuk pada konsep THK yaitu hubungan harmonis dengan sesama manusia secara lebih dapat dilihat dari hubungan antara pelaku ekonomi kreatif dalam hal ini dengan pelanggan, rekan kerja ataupun pesaing bisnis. Menurut Kotler, dkk (2010) dalam konsep marketing 3.0 yang lebih mengutamakan pemasaran produk pada *human spirit* daripada sekedar menjual produk pada konsumen. Pemasaran tidak hanya berfokus pada menjual produk untuk memenuhi permintaan tetapi mengarah pada harapan perusahaan dalam memenuhi dan mengembalikan kepercayaan konsumen. Hal senada diungkapkan oleh Ries dan Trout (1981) bahwa produk haruslah unik dan berarti dalam pikiran pelanggan untuk menghasilkan *long-lasting impression*. Dalam kehidupan masyarakat Bali hubungan antar sesama manusia dikenal dengan konsep *menyama braya*. Konsep ini *menyama braya* ini secara umum dapat dijelaskan sebagai sikap yang mengutamakan persaudaraan, saling membantu, kerjasama yang saling menguntungkan dan kebersamaan (Sitiari, 2016). Aspek *sustainability* erat kaitannya

dengan proses produksi yang mengutamakan bahan ramah lingkungan. Menurut Lako (2014), perusahaan yang menerapkan *green company* sebagai bagian dari ekonomi hijau pada akhirnya dapat menerapkan penghematan energy, efisiensi biaya produksi dan operasional yang pada ujungnya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kajian ini menggunakan metode kualitatif yang bersumber pada studi pustaka. Dalam penelitian studi pustaka penulis atau peneliti berhadapan langsung dengan naskah atau data angka, bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan. Data pustaka berasal dari sumber sekunder bukan data primer.

Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan menelaah dan mengeksplorasi beberapa jurnal, buku, dan dokumen-dokumen (baik yang berbentuk cetak maupun elektronik) serta sumber-sumber data dan atau informasi lainnya yang dianggap relevan dengan penelitian atau kajian.

PEMBAHASAN

1) Industri Kreatif Dan Pertumbuhan Ekonomi

Sektor ekonomi merupakan salah satu sektor yang paling penting untuk mengukur kesejahteraan suatu negara. Suatu negara dapat dianggap sejahtera salah satunya dapat dilihat melalui angka pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Pada umumnya jika angka pertumbuhan ekonomi bergerak pada arah yang positif, maka dapat dikatakan negara tersebut sejahtera, dan begitu juga sebaliknya. Akan tetapi, pergerakan pertumbuhan ekonomi kearah positif tidak selamanya menggambarkan bahwa negara tersebut sejahtera, ada beberapa faktor lain yang memiliki pengaruh dalam pengukuran tingkat kesejahteraan suatu negara seperti misalnya angka inflasi, situasi politik, dan sebagainya.

Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Sektor industri memiliki peranan penting karena pengembangan sektor industry yang semakin meningkat, berdampak besar pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi (Kusumastuti, 2015). Pembangunan sektor industri memiliki peran dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan pekerjaan. Pengembangan pada ektor industri dengan melakukan pengelompokan suatu perusahaan dapat memberikan dampak pada efisiensi dan pertumbuhan produktivitas (Anas et al., 2018).

Dalam proses pembangunan, sektor industri dijadikan sebagai prioritas pembangunan yang diharapkan mempunyai peranan sebagai leading sector atau sektor pemimpin bagi pembangunan sektor-sektor lainnya (Arsyad, 2010). Leading sector maksudnya adalah dengan pembangunan industri maka memacu dan mengangakat pembangunan sektor-sektor lainnya seperti sektor pertanian dan sektor jasa. Menurut Lewis dalam Todaro (2006), pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap penyerapan tenaga kerja dimulai dari investasi di sektor industri, dan akumulasi modal secara keseluruhan di sektor modern akan menimbulkan perluasan output pada sektor modern tersebut. Pengalihan tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor industri selanjutnya akan meningkatkan pertumbuhan output dan peningkatan penyerapan tenaga kerja di sektor industri.

Pembangunan ekonomi setidaknya mempunyai tiga dimensi pokok yaitu: terciptanya pertumbuhan ekonomi, penanggulangan kemiskinan melalui penyerapan tenaga kerja, serta transformasi struktur perekonomian. Setiap pembangunan ekonomi

nasional maupun daerah selalu diwujudkan pada usaha pencapaian tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Indikator ekonomi yang digunakan untuk melihat pertumbuhan ekonomi adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Pertumbuhan ekonomi harus berdampak pada kesejahteraan masyarakat melalui tingginya penyerapan tenaga kerja. Namun, seringkali pertumbuhan ekonomi tidak mendorong penyerapan tenaga kerja. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi akan menambah suatu kapasitas suatu negara atau wilayah untuk memproduksi barang dan jasa, dan akan meningkatkan tingkat produksi dan taraf hidup masyarakat. Dengan bertambahnya kapasitas produksi, permintaan akan faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja akan meningkat pula dan menciptakan kesempatan kerja. Karena hal tersebut, maka penciptaan tenaga kerja baru akan menyerap tenaga kerja baru pula (Sianipar, 2010).

2) Industri Kreatif Dan Kesejahteraan Masyarakat

Ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang pengembangan ekonomi yang berpengaruh positif dalam pembangunan negara-negara di dunia dalam mengembangkan kreativitas yang dimiliki demi kemajuan negaranya. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep baru dalam bidang ekonomi yang mengoptimalkan informasi dan kreativitas sumber daya manusia melalui pengetahuan dan ide yang dimiliki. Ditinjau dari karakteristiknya ekonomi kreatif berbasis pada ide atau gagasan. Ide dan gagasan ini yang menjadi modal utama dalam menggerakkan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif ini dapat diterjemahkan sebagai industri yang menekankan pada ide dan kreativitas dalam mencapai kesejahteraan dengan mengoptimalkan daya kreasi dari individu yang kemudian dikenal dengan industri kreatif.

Dalam Sistem Ekonomi Kreatif Nasional (2016), sistem penilaian ekonomi kreatif dilakukan dengan mekanisme penilaian mandiri (*self assessment*) pelaku ekonomi kreatif dan penilaian oleh Asesor yang ditunjuk oleh Bekraf. Untuk dapat melakukan penilaian tersebut, seluruh pihak yang terlibat baik aktor maupun asesor membutuhkan alat ukur kinerja sebagai panduan kebijakan, program, inovasi, kolaborasi dan apresiasi sehingga sasaran pengembangan ekonomi-industri kreatif bisa secara nyata meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Bekraf, 2016).

Saat ini perekonomian Indonesia tengah memasuki era industri gelombang keempat, yaitu industri ekonomi kreatif (*creative economic industry*). Usaha industri ekonomi kreatif diprediksi akan menjadi industri masa depan sebagai *fourth wave industry* (industri gelombang keempat), yang menekankan pada gagasan dan ide kreatif. Hal ini bukan tanpa alasan, mengingat industri ekonomi kreatif telah mampu mengikat pasar dunia dengan jutaan kreativitas. Sebagai wujud dari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Mulyana, 2014).

Berkembangnya industri kreatif di masyarakat akan dapat menggulirkan perekonomian masyarakat, karena sesungguhnya kekuatan ekonomi nasional muncul dan tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Ekonomi kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dari dimensi budaya. Karenanya strategi kebudayaan sangat menentukan arah perkembangan ekonomi kreatif. Pada kenyataannya industri yang sesuai dengan kriteria produk unggulan tersebut diatas merupakan usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) Industri ini berhasil memproduksi produk kreatif yang unik, menggunakan bahan baku lokal dengan teknologi yang tepat guna. Dengan keunikan produk tersebut merupakan suatu keunggulan yang berarti memiliki keunggulan bersaing (*Competitive Strategic*) dan kemampuan khas (*Distinctive Competence*) (Artanaya, *et.al*, 2013).

Pengembangan industri kreatif adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing. Kebijakan pengembangan usaha industri kreatif dilakukan dalam bentuk pemberdayaan, penumbuhan usaha, pembiayaan dan pengembangannya, pembiayaan dan penyediaan dana serta penjaminan dan kemitraan, sehingga usaha ekonomi masyarakat mampu tumbuh dan mandiri. Pengentasan kemiskinan lewat pemberdayaan usaha ekonomi masyarakat dapat dicapai karena ekonomi kemasyarakatan berdaya guna mengembangkan potensi sumber daya ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan untuk kesejahteraan masyarakat (Suharto, 2014).

Penelitian oleh Sadilah (2010) dengan judul Industri Kreatif Dalam Pengolahan Eceng Gondok Sebagai Bahan Baku Kertas Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat menyimpulkan bahwa industri kreatif ternyata memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kreativitas ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat sekitar danau Toba dalam mengolah eceng gondok untuk bahan baku kertas seni menunjukkan salah satu kesuksesan mereka dalam meningkatkan taraf hidup.

3) Kearifan Lokal Mendukung Pengembangan Industri Kreatif

Kearifan lokal (*local wisdom*) dalam disiplin antropologi dikenal juga dengan istilah local genius. Local genius ini merupakan istilah yang mula pertama dikenalkan oleh Quaritch Wales. Para antropolog membahas secara panjang lebar pengertian *local genius* ini. Antara lain Haryati Soebadio mengatakan bahwa *local genius* adalah juga *cultural identity*, identitas/kepribadian budaya bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri (Ayatrohaedi, 1986).

Lebuh lanjut Ayatrohaedi (1986) mengatakan bahwa unsur budaya daerah potensial sebagai *local genius* karena telah teruji kemampuannya untuk bertahan sampai sekarang. Kearifan lokal berasal dari dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) dan lokal (*local*) secara umum maka local wisdom (kearifan setempat) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus-menerus dijadikan pegangan hidup. Meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal. Kearifan lokal dapat diterjemahkan sebagai karya akal budi, perasaan mendalam, tabiat, bentuk perangai dan ajuran untuk kemuliaan manusia. Penguasa atas kearifan lokal akan mengusung masyarakat untuk semakin berbudi luhur, baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

Peran industri kreatif dalam perekonomian nasional serta karakteristik Indonesia yang terkenal dengan keragaman sosio-budaya yang tersebar di seluruh pelosok nusantara tentunya dapat menjadi sumber inspirasi dalam melakukan pengembangan industri kreatif keragaman budaya Indonesia menandakan tingginya kreatifitas yang telah tertanam dalam masyarakat Indonesia. Belum lagi dukungan keragaman etnis dalam masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan Indonesia memiliki faktor pendukung yang kuat dalam melakukan pengembangan industri kreatif.

Menumbuh kembangkan ekonomi kreatif tidak bisa lepas dari budaya setempat. Budaya harus menjadi basis pengembangannya. Dalam kebudayaan lokal ada yang

disebut dengan kearifan lokal yang menjadi nilai-nilai bermakna, antara lain, diterjemahkan ke dalam bentuk fisik berupa produk kreatif daerah setempat. Industri kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dimensi budaya. Ide-ide kreatif yang muncul adalah produk budaya. Karenanya, strategi kebudayaan sangat menentukan arah perkembangan ekonomi kreatif. Mengembangkan industri kreatif berbasis budaya dan kearifan local adalah solusi alternatif untuk menstimulus perkembangan industri kreatif untuk bisa mandiri dan bias mengembangkan usaha terutama di daerah. Pada umumnya setiap daerah memiliki potensi produk yang bisa diangkat dan dikembangkan. Keunikan atau kekhasan produk lokal itulah yang harus menjadi intinya kemudian ditambah unsur kreatifitas dengan sentuhan teknologi.

Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu unsur penting yang dapat menjadi keunikan tersendiri dan memberikan nilai lebih produk kreatif. Kearifan lokal dapat diartikan sebagai bentuk ekspresi dari etnis dimana orang-orang melakukan kegiatan mereka dan bertindak sesuai dengan itu dan disesuaikan dengan ide, dan akhirnya, tindakan mereka menghasilkan karya tertentu (Meliono, 2011). Koentjaraningrat (2002) menjelaskan bahwa kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Indonesia ditinjau dari aspek budaya dan kearifan lokal memiliki kekayaan yang sangat besar dan beragam. Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu factor yang mendukung lahirnya kreativitas. Model umum budaya dan kreativitas disajikan di mana budaya, *zeitgeist*, dan kearifan didalilkan untuk memiliki hubungan timbal balik dalam membentuk perilaku kreatif.

KESIMPULAN

- 1) Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Sektor industri memiliki peranan penting karena berdampak besar pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Pembangunan sektor industri memiliki peran dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan perkerjaan.
- 2) Berkembangnya industri kreatif di masyarakat akan dapat menggulirkan perekonomian masyarakat, karena sesungguhnya kekuatan ekonomi nasional muncul dan tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Industri kreatif ternyata mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- 3) Menumbuh kembangkan industri kreatif tidak bisa lepas dari budaya setempat. Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu faktor yang mendukung lahirnya pengembangan kreativitas yang dapat menghasilkan karya tertentu berupa industri kreatif. Ini mengandung makna bahwa kearifan lokal mendukung pengembangan industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, Magdalia. 2013. Potensi Kearifan lokal dalam Pembentukan Jati Diridan Karakter Bangsa. *Prosiding The 5 thn ICSSIS*; "Ethnicity and Globalization", di Yogyakarta pada tanggal 13-14 Juni 2013
- Ali, M. & Asrori, M. 2006. *Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anas, M., Widodo, W., & Sugiyanto, F. 2018. Dampak Realokasi Anggaran Belanja Subsidi BBM Untuk Pembangunan Infrastruktur Terhadap Perekonomian Indonesia. *Economics Development Analysis Journal*. Vol.5 No.4, 22-37

- Artanaya I Gusti Lanang Suta, I Ketut Suarta, dan Nyoman Meirejeki. 2013. Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar Prospektif Pemasaran dan Produksi. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.9 No.1. 15-29
- Ayatrohaedi. 1986. *Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius)*. Jakarta Dunia Pustaka Jaya.
- Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. 2016. *Data dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif
- Badan Ekonomi Kreatif. 2017. *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif
- Bosselmann, K. 2018. *The Principle of Sustainability*. In *The Principle of Sustainability*. <https://doi.org/10.4324/9781315553962-3>, Diakses 27 Maret 2021
- Dwirandra, A.A.N.B. 2011. Rekonstruksi Metoda Penilaian Aset dengan Filosofi Tri Hita Karana. [Disertasi]. Program Doktor Universitas Brawijaya Malang
- Edquist, C. 2001. The Systems of Innovation Approach and Innovation Policy: An Account of the State of the Art. Lead paper presented at the *DRUID Conference*, Aalborg, June 12-15, 2001, under theme F: 'National Systems of Innovation, Institutions and Public Policies' (Invited Paper for DRUID's Nelson-Winter Conference). <http://www.druid.dk/conferences/nw/paper1>. 2001
- Emiliana Sadilah, Industri Kreatif Berbasis Ekonomi Kreatif, *Jurnal Sejarah Dan Budaya*, Vol 9 NO. 4. Juni 2010
- Everett M. Rogers. 1983. *Diffusion of Innovations*. London: The Free Press.
- Fajarini, Ulfah. 2014. Peranan Kearifan Lokal Dalam Pendidikan Karakter. *Jurnal Sosio Didaktika*, Vol.1, No.2, 114-128
- Fitriana, W., Rustiadi, E., Fauzi, A., & Anggraeni, L. 2019. Penguatan Inklusi Keuangan pada Industri Kreatif Berskala Mikro Kecil di Sumatra Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, Vo.5 No.2, 140-153.
- Gunawan. 2009. Pengaruh Budaya Organisasi, Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Gaya Kepemimpinan dan Kinerja Organisasi (Studi pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Bali). [Disertasi], Universitas Brawijaya Malang
- Hurlock, Elizabeth B. 1978. *Perkembangan Anak*: Jakarta: Penerbit Erlangga
- Istiawati, F.N. 2016. Pendidikan Karakter Berbasis Nilai-Nilai Kearifan Lokal Adat Ammatoa dalam Menumbuhkan Karakter Konservasi. *Jurnal Cendikia*, 10(1): 1-18.
- Koentjaraningrat. 200). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta. PT. Rineka Cipta
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga
- Kusumastuti, Ayu. 2015. Modal Sosial dan Mekanisme Adaptasi Masyarakat Pedesaan dalam Pengelolaan dan Pembangunan Infrastruktur. *Jurnal Sosiologi*, Vol. 20, No. 1, hal.81-97
- Laili, Nelly Nur. 2007. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi DIY tahun 1990-2004*, Universitas Islam Indonesia, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta
- Lako, Andreas. 2014. *Green Economy*. Semarang: Erlangga
- Mantra. 1992. *Mobilitas Penduduk Sirkuler Dari Desa ke Kota di Indonesia*, Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gajah Mada.
- Meliono, Irmayanti. 2011. Understanding the Nusantara Thought and Local Wisdom. *International Journal for Historical Studies*, 2(2) 2011.

- Mulyana, Sutapa. 2014. Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Melalui Pendekatan Quarduple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor fashion, *Jurnal Teknologi*, Vol.13, No.3, 2014. h.309-321.
- Munandar, Utami. 2004. *Mengembangkan Bakat dan Kreatifitas Anak Sekolah*. Jakarta: Gramedia.
- Nenny, Anggraini. 2008. Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi*, Volume XIII No. 3, 46-59
- Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 72 Tahun 2015 Tentang *Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif*. Jakarta, Sekretariat Negara Republik Indonesia
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Ekonomi Kreatif, Pilar Pembangunan Indonesia*. Penerbit Ziyad Visi Media, Surakarta
- Ratna, Nyoman Kutha. 2011. *Paradigma Sosiologi Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Restrepo, Felipe Buitrago dan Marquez Ivan Duque. *Orange Economy*. Jakarta: Mizan, 2015
- Ries Al dan Trout Jack. 2001. *Positioning: The Battle For Your Mind*. Jakarta: Salemba Empat
- Robbins, Stephen P., 1994. *Teori Organisasi: Struktur, Desain dan Aplikasi*, Alih Bahasa Jusuf Udaya. Jakarta: Arcan
- Sadilah, E. (2010). Industri kreatif berbasis ekonomi kreatif. *Jurnal Jantra*, 5(9), hlm.720-728
- Sianipar, Herlina Hotmadinar. 2010. Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Tingkat Kemiskinan di Provinsi Sumatra Utara. *Tesis*. Universitas Negeri Medan.
- Sitiari, N Wayan. 2016. Peran Orientasi Kewirausahaan dalam Memediasi Pengaruh Budaya Lokal Bali terhadap Kinerja Organisasi (Studi Pada Koperasi Non-KUD di Bali). [*Disertasi*], Denpasar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana
- Solso R.L., Maclin .O. H, Maclin M. K. 2007. *Psikologi Kognitif*. Alih Bahasa Mikael Rahardanto dan Kristianto Batuadji. Editor: Wibi Hardani. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sternberg, R.J. 1999. *The Nature of Creativity*. New York: Cambridge University Press.
- Suharto, Edi. 2014. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat, Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*. PT Refika Aditama, Bandung
- Sukirno, Sadono. 2006. *Ekonomi Pembangunan (Proses, Masalah, dan Dasar Kebijaksanaan)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jagakarsa, Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat
- Tenaya, G. A. I. 2007. Analisis Falsafah dan Konsep Akuntansi dalam Perspektif Filsafat Kultur Bali Tri Hita Karana dan Kesadaran Internal Lembaga terhadap Hukum Perusahaan. [*Thesis*], Universitas Brawijaya Malang
- Undang-Undang No. 18 Tahun 2002 Tentang *Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*. Jakarta. Kementerian Hukum dan Hak Azazi Manusia
- Undang-Undang Republik Indonesia No.3 Tahun 2014 *Tentang Perindustrian*. Jakarta. Kementerian Hukum dan Hak Azazi Manusia.
- Wibowo, 2015. *Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah (Konsep, Strategi, dan Implementasi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wirawan, I Made Adi. 2011. *Tri Hita Karana Kajian Teologi Sosiologi dan Ekologi*

Menurut Veda. Surabaya: Paramitha