

JATI DIRI BANGSA DAN POTENSI SUMBER DAYA KONSTRUKTIF SEBAGAI ASET EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Zumrottus Sa'adah

Program Pascasarjana, UNESA

zoom_2518@yahoo.com

Abstrak

Di tengah era pasar bebas ASEAN, menjadi negara yang unggul kompetitif adalah tugas masyarakat bersama dengan jati diri yang kokoh dengan memanfaatkan kekayaan budaya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran jati diri bangsa dan potensi sumber daya konstruktif yang dapat dijadikan aset ekonomi kreatif di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperlukan sebuah identitas tentang jati diri bangsa yang dapat ditempuh melalui pendidikan karakter sehingga dapat menciptakan sumber daya manusia yang kreatif. Sedangkan untuk menumbuhkembangkan industri kreatif dapat ditempuh dengan strategi kolaborasi antara nilai budaya lokal dengan kebutuhan global menjadi produk globalisasi.

Kata Kunci: jati diri bangsa, sumber daya konstruktif, ekonomi kreatif.

PENDAHULUAN

Hampir semua orang pernah mendengar istilah Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), namun tidak banyak orang yang paham dengan maksud tersebut. MEA adalah komunitas ekonomi ASEAN atau ASEAN *Economic Community* (AEC) yang disepakati oleh Pemerintah RI dalam KTT ASEAN ke-12, di Cebu, Filipina, 13 Januari 2007. Pembentukan komunitas tersebut diharapkan dapat mewujudkan tercapainya suatu kawasan yang berdaya saing tinggi di kancah internasional.

Perbawa (2012) menyatakan ada tiga indikator untuk melihat posisi Indonesia dalam MEA. Pertama, pangsa ekspor Indonesia ke negara-negara utama ASEAN (Malaysia, Singapura, Thailand, Philipina) cukup besar yaitu 13.9% dari total ekspor. Dua indikator yang lain merupakan penghambat yaitu, daya saing ekonomi Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan dengan Singapura, Malaysia dan Thailand sedangkan percepatan investasi di Indonesia tertinggal jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya. Namun kekayaan sumber alam Indonesia merupakan *local-advantage* yang tetap menjadi daya tarik kuat, di samping jumlah penduduk terbesar yang dapat menyediakan tenaga kerja murah.

Terkait dengan hal tersebut pemerintah dituntut untuk segera mempersiapkan langkah dan strategi menghadapi ancaman ekonomi Masyarakat Ekonomi ASEAN dengan menyusun dan menata kembali kebijakan-kebijakan yang terarah agar lebih mendorong dan meningkatkan daya saing (*competitiveness*) sumber daya manusia dan industri di Indonesia. Dalam penataan kebijakan, pemerintahan sekarang ini telah membentuk Badan Ekonomi Kreatif (BEK) sebagai wujud kesiapan bangsa dalam menghadapi AEC. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 6 tahun 2015 dalam pasal 2 disebutkan Badan

Ekonomi Kreatif mempunyai tugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif. Sementara dalam meningkatkan daya saing SDM, di bidang pendidikan telah diwarnai dengan adanya pelaksanaan 2 kurikulum dalam 1 tahun ajaran, pergantian kembali KTSP dari semula Kurikulum 2013 dikarenakan pergantian kabinet dalam pemerintahan. Namun, sebenarnya antara kedua kurikulum tersebut sama-sama memiliki arti penting dalam menyiapkan generasi yang berkarakter.

Internalisasi karakter bangsa seharusnya tetap melekat hingga sekarang sebagai perwujudan nilai-nilai bangsa yang patut dijunjung tinggi. Namun, hal tersebut mulai terkikis dengan adanya akulterasi budaya yang perlahan menggeser keaslian budaya bangsa, juga cerminan etika para pejabat tinggi negara yang menyebabkan identitas bangsa ini semakin melemah. Seharusnya, pejabat tinggi seperti mereka mampu menjadi *public figure* bagi masyarakat dan menjadi suri tauladan yang baik untuk menjaga keutuhan bangsa yang bermartabat.

Mengembalikan jati diri bangsa menjadi negara yang terdiri dari manusia yang berideologi kuat, menanamkan nilai Pancasila dan preamble undang-undang dasar dalam diri masyarakatnya telah diupayakan pemerintah, melalui sosialisasi empat pilar kebangsaan yang dilakukan oleh MPR ke berbagai kampus di perguruan tinggi di Indonesia. Namun, upaya tersebut tidaklah cukup mengembalikan jati diri bangsa ini dalam jangka pendek, di berbagai elemen dan jenjang pendidikan perlu menerapkannya, tidak hanya di sekolah saja, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari utamanya dalam keluarga karena bagaimanapun seorang anak (sebagai bibit bangsa) karakter dan perilaku pertama kali dibentuk dalam keluarga. Untuk itulah pendidikan dielu-elukan sebagai garda utama maju tidaknya generasi bangsa.

Menurut Ki Hajar Dewantara, dalam asas pendidikan terdapat asas kebudayaan, yaitu pendidikan berakar dari kebudayaan bangsa, namun mengikuti kebudayaan luar yang telah maju sesuai dengan zaman. Kemajuan dunia terus diikuti, namun kebudayaan sendiri tetap menjadi acuan utama (jati diri). Menurut Arif (2012), Pendidikan akan bertahan dan diminati oleh masyarakat apabila pendidikan memiliki mutu dan mampu menanamkan dan menjaga nilai-nilai karakter yang baik, selain penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi serta keterampilan yang memadai. Indonesia adalah negara demokratis dengan Pancasila sebagai dasar negara, dewasa ini berkembang sosialisasi empat pilar kebangsaan yang dilaksanakan di seluruh penjuru tanah air, objek sosialisasinya adalah kaum intelektual yang berada di setiap perguruan tinggi. Sejatinya pendidikan karakter tidak jauh dari empat pilar kebangsaan ini, pilar-pilar tersebut meliputi: Pancasila, UUD 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), dan Bhinneka Tunggal Ika.

Indonesia adalah negara majemuk, jumlah penduduk yang tinggi seharusnya dapat dijadikan kekuatan menghadapi perlawanan bangsa lain. Selain itu, sumber daya alam yang melimpah tentu menjadi peluang emas bagi negara ini untuk maju menjadi negara motor utama dalam perdagangan dunia. Namun, melimpahnya sumber daya alam

dan manusia kurang menjadikan bangsa ini dapat mencapai tujuan tersebut. Peningkatan hanya terjadi secara kuantitas saja, diperlukan peningkatan kualitas supaya negara ini tidak hanya jalan di tempat. Ekspor yang dilakukan selama ini berupa ekspor barang primer/ barang mentah saja, padahal jika kita bisa ekspor barang jadi/ siap pakai tentu akan meningkatkan perolehan devisa kita. Selanjutnya, ketika ekspor meningkat apresiasi nilai mata uang kita perlahan akan meningkat pula.

Hal yang dianggap menarik oleh negara lain adalah bangsa Indonesia kaya akan ragam suku, budaya, adat istiadat, hasil tradisional berupa kain khas daerah, makanan tradisional, dan kesenian tradisional lainnya. Selain itu, eksplorasi pariwisata yang melimpah akhir-akhir ini menjadi kebanggaan tersendiri, sehingga mampu menarik para wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Dibandingkan dengan wisata yang disediakan oleh negara lain, panorama alam Indonesia mampu menyita waktu dan receh para turis, dan juga di sisi lain banyak penduduk yang kreatif dewasa ini hingga menjadikan beragamnya Usaha Kecil Menengah (UKM) yang seharusnya mampu menjadi penggerak utama dalam meningkatkan nilai tambah negara di mata dunia. Menurut Fajri (2015), orang Indonesia sangat kreatif, terbukti dengan berjamurnya pelaku industri kreatif berbasis rumahan dan kelompok seperti kerajinan, pasar barang seni, usaha bidang penerbitan dan percetakan, seni pertunjukan, busana muslim dan batik nusantara, kelompok musik indie, kelompok fotografi, kuliner rumahan, animasi dan game lokal serta software house dan jasa IT lokal.

Dari beberapa latar belakang di atas penulis merumuskan masalah yang dapat dikaji antara lain bagaimana peran jati diri bangsa dapat menjadi aset ekonomi kreatif di Indonesia? Dan bagaimana potensi sumber daya konstruktif yang dapat dijadikan aset ekonomi kreatif di Indonesia?

PANCASILA SEBAGAI JATI DIRI BANGSA

Pancasila dan jati diri bangsa adalah bagian yang tak terpisahkan. Pancasila yang menjadi filsafat dan pandangan hidup bangsa Indonesia itu, sebenarnya digali dari tradisi masyarakat berbangsa sepanjang sejarahnya. Menurut Efendi (2008), Pancasila sebagai dasar falsafah negara merupakan model ideal pluralisme ala Indonesia. Pancasila adalah hasil perpaduan dari keberhasilan para Bapak Pendiri yang berpandangan toleran dan terbuka dalam beragama dan perwujudan nilai-nilai kearifan lokal, adat, dan budaya warisan nenek moyang.

Jati Diri Bangsa Indonesia merupakan pencerminan atau tampilan dari karakter Bangsa Indonesia. Karakter bangsa merupakan akumulasi atau sinergi dari karakter individu anak bangsa yang bergabung menjadi satu membentuk bangsa Indonesia. Karakter bangsa akan ditampilkan sebagai nilai-nilai luhur yang digali dari kehidupan nyata oleh founding fathers dan dirumuskan dalam suatu tata nilai yang kita kenal sebagai Pancasila. Dengan demikian Jati Diri Bangsa Indonesia adalah Pancasila. Menurut Somantri dalam Seminar Etnopedagogik dan Pengembangan Budaya Sunda yang diselenggarakan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa dan Budaya Sunda Sekolah

Pascasarjana UPI (2010), Jati diri bukan suatu yang genetik dalam sebuah bangsa, dia hadir dalam sejarah, dan sejarah pun bukan sesuatu yang singular. Bangsa Indonesia terdiri dari berbagai suku bangsa dengan kesejarahannya masing-masing, kesejarahan tersebut membentuk jati diri primordial yang berbeda satu dengan lainnya.

Sesungguhnya kalau dicermati lebih dalam pada jati diri bangsa Indonesia yang bersumber dari Pancasila, ternyata memiliki makna yang sangat luar biasa bahkan melebihi prinsip-prinsip dasar, yang membuat bangsa bisa menjadi maju. Dengan kata lain, apabila Bangsa Indonesia mengamalkan Jati Diri bangsanya, maka bangsa Indonesia pun dapat maju seperti bangsa-bangsa lainnya di dunia. Pancasila dan Jati Diri tidak boleh dipisahkan dan tidak terpisahkan. Pancasila sebagai landasan idil, landasan filosofis bangsa, sumber dari segala hukum di negeri Indonesia ini, sedangkan jati diri adalah implementasi sehari-hari, sebagai perilaku insan Indonesia.

PENDIDIKAN KARAKTER SEBAGAI ASET EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Konsep ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Struktur perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM), dari era genetik dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi serta perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif membutuhkan sumber daya manusia yang kreatif tentunya, yang mampu melahirkan berbagai ide dan menerjemahkannya dalam bentuk barang dan jasa yang bernilai ekonomi, proses produksinya memang mengikuti kaidah ekonomi industri, tetapi proses ide awalnya adalah kreativitas. Menurut Alma (2010) kreativitas adalah menghadirkan suatu gagasan baru bagi anda. Berbicara kreativitas ada hubungannya dengan inovasi, inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru dan berbeda. Menurut Carol Kinsey Goman dalam Alma (2010) inovasi adalah penerapan secara praktis gagasan yang kreatif. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan sebuah ide sedangkan inovasi adalah implementasi dari adanya ide tersebut.

Dalam menuangkan ide kreatif, sebuah kurikulum pada abad 21 ini telah dirancang dengan baik, dan semua aspek terintegrasi dalam pendidikan karakter.

Pelaksanaan integrasi karakter dalam pembelajaran dapat dilakukan dengan bermacam-macam strategi dengan melihat kondisi siswa serta lingkungan sekitarnya, oleh sebab itu Menurut Kay dalam Wagiran (2010) pelaksanaan integrasi karakter dalam pendidikan memiliki prinsip-prinsip umum seperti: (1) tidak mengubah sistem pendidikan yang berlaku, (2) tidak mengubah kurikulum, (3) pembelajaran menggunakan prinsip learning to know, learning to learn, learning to be, dan learning to live together, dan (4) dilaksanakan secara kontekstual sehingga terjadi pertautan antara pendidikan dan kebutuhan nyata peserta didik.

Sebenarnya jika berbicara tentang pendidikan karakter sama halnya berbicara tentang penanaman nilai-nilai dasar yang terdapat dalam batang tubuh Pancasila. Dalam sila pertama Pancasila mengandung nilai ketuhanan atau dalam hal ini bisa disebut sebagai nilai religius, dalam sila kedua pancasila mengandung nilai kemanusiaan atau bisa disebut nilai moral, pada sila ketiga Pancasila mengandung nilai persatuan, sedangkan pada sila keempat mengandung nilai kerakyatan, dan sila kelima mengandung nilai keadilan. Kelima nilai dasar Pancasila tersebut terdapat dalam aspek-aspek pendidikan karakter sebagaimana menurut Maemonah (2012) ada 3 aspek dalam pendidikan karakter, antara lain: (1) Aspek Moralitas, (2) Aspek Religiusitas, dan (3) Aspek Psikologi.

Dalam aspek moralitas menurut buah pemikiran Maemonah (2012), Moral dapat diklasifikasi sebagai berikut: (1) Moral sebagai ajaran kesusilaan, berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan tuntutan untuk melakukan perbuatan baik dan meninggalkan perbuatan jelek yang bertentangan dengan ketentuan yang berlaku dalam suatu masyarakat. (2) Moral sebagai aturan, berarti ketentuan yang digunakan oleh masyarakat untuk menilai perbuatan seseorang apakah termasuk baik atau sebaliknya buruk. (3) Moral sebagai gejala kejiwaan yang timbul dalam bentuk perbuatan, seperti: berani, jujur, sabar, gairah, dan sebagainya. Sedangkan dalam aspek religiusitas selain dipandang sebagai fondasi juga menjadi kontributor bagi rumusan tolok ukur batasan-batasan *good character* yang dimaksudkan. Dan dalam aspek psikologi, pendidikan karakter tanpa melihat dimensi kejiwaan manusia akan muspro karena rancangan bangun karakter manusia ada dan berfondasi pada dimensi kejiwaan manusia.

Dewasa ini pemerintah tengah giat membangun target dengan rasio jumlah siswa SMK lebih besar dibandingkan rasio jumlah siswa SMA Menurut peta perencanaan yang dibuat pemerintah, ditargetkan, rasio jumlah siswa SMA : SMK pada tahun 2010 sekitar 50:50, dan pada tahun 2015 sekitar 70:30 (Depdiknas: 2006b dalam Sunyoto: 2007). Dengan jumlah target demikian tentunya pemerintah memiliki alasan sendiri mengapa memproyeksikan rasio jumlah siswa SMK lebih besar, tentunya dalam rangka membangun sumber daya manusia dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang mampu bersaing dalam MEA tahun ini. Dalam pembekalan materi di sekolah, selain siswa SMK diajarkan keterampilan melalui praktik baik yang dilakukan di sekolah maupun di tempat di mana siswa dilatih untuk terjun di dunia kerja secara langsung, tentu dalam mewujudkan sumber daya manusia yang berkarakter penting demi membangun kualitas

bangsa tanpa melupakan jati diri bangsanya, maka melalui pendidikan karakter inilah pembangunan sumber daya manusia yang handal dapat diwujudkan.

Manusia merupakan modal terbesar yang dapat berperan sebagai penyelamat dan penghancur sebuah bangsa. *Human capital* yang dimiliki Indonesia bisa dibentuk menjadi penyelamat apabila diberikan pendidikan dengan penanaman moral yang tinggi serta menjunjung tinggi nilai luhur Pancasila. Namun, ada kalanya *human capital* tersebut dapat menjadi penghancur apabila sudah tidak dapat dibedakan lagi mana kebaikan dan mana keburukan seakan semua sama. Pendidikan karakter merupakan salah satu modal dalam pembentukan Sumber Daya Manusia dalam MEA ini. Dalam penelitiannya, Wagiran (2010) menyatakan Di Korea Selatan Human Capital dapat dibentuk melalui dua variabel utama yaitu *level of science and technology* dan *work ethic*, sehingga Korea Selatan menjadi negara yang maju dan disegani dalam aspek ekonomi. Sedangkan di Jerman memiliki keunggulan terletak pada etos/karakter kerja Protestan yang terdiri dari enam prinsip, yakni: (1) bertindak rasional, (2) berdisiplin tinggi, (3) bekerja keras, (4) berorientasi pada kekayaan material, (5) menabung dan berinvestasi, dan (6) hemat, bersahaja dan tidak mengumbar kesenangan. Penanaman karakter merupakan aspek penting dalam pembangunan sumber daya manusia suatu bangsa. Oleh karena itu menjadi tugas kita bersama untuk membangkitkan kembali nilai-nilai khas karakter bangsa Indonesia sebagai sarana menuju kemajuan di masa datang. Dalam konteks pendidikan maka perlu dikaji berbagai hal menyangkut karakter tenaga kerja seperti apa yang perlu ditanamkan dan bagaimana upaya menanamkan karakter kerja tersebut.

KONTRIBUSI EKONOMI KREATIF TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA

Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah perekonomian secara makro dalam jangka panjang. Menurut Sukirno (2010) pertumbuhan ekonomi didefinisikan sebagai perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksikan dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dihitung dari berbagai segi, di antaranya dari total pengeluaran, total pendapatan, dan total produksi.

Dewasa ini, ekonomi kreatif tumbuh menjadi sektor yang mampu menopang perekonomian Indonesia. Dimulai sejak tahun 2006 presiden Susilo Bambang Yudhoyono meluncurkan program *Indonesia Design Power* di jajaran Departemen Perdagangan RI, suatu program pemerintah yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk-produk Indonesia di pasar domestik maupun ekspor. Program ini terus bergulir dengan dicanangkannya tahun 2009 (Inpres No.6/2009) sebagai Tahun Indonesia Kreatif oleh Presiden SBY yang ditandai dengan penyelenggaraan pameran virus kreatif yang mencakup 14 sub-sektor industri kreatif dan pameran pangan nusa 2009 mencakup kreativitas industri pangan Indonesia oleh UKM.

Menurut Azis (2012) dalam artikelnya menyebutkan bahwa ada 14 subsektor industri kreatif di Indonesia berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia, yakni periklanan, arsitektur, pasar

barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangan. Berdasarkan data yang diperoleh sejak tahun 2006-2009 bahwa kontribusi dari 14 sub sektor industri kreatif didominasi oleh Fesyen sebesar 43,02 persen dan kerajinan sebesar 25,12 persen, dan pada interval tahun tersebut pula pertumbuhan ekspor industri kreatif berpengaruh positif sebesar 2,9 persen terhadap perekonomian nasional.

Pada tahun 2012 Ekonomi Kreatif menempati posisi ke-7 dari 10 sektor ekonomi nasional dengan menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) 6,9 persen atau senilai 573 Triliun Rupiah dari total kontribusi ekonomi nasional. Dan di tahun yang sama Ekonomi Kreatif menempati posisi ke-4 dari 10 sektor ekonomi dalam kategori jumlah tenaga kerja pada tahun 2012. Ekonomi Kreatif menyumbang 11.79 juta orang atau 10,65 persen pada total angkatan kerja nasional. Dan ekonomi kreatif menempati posisi ke-3 dari 10 sektor ekonomi dengan 5,39 juta usaha atau menyumbang sebesar 9,72 persen dari total jumlah usaha.

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh berita online harian okezone yang ditulis oleh Athurtian (2014) bahwa pada tahun 2013, ekonomi kreatif menempati posisi yang sama dengan tahun 2012 yaitu posisi ke-7 sebesar 6,9 persen atau senilai Rp573 triliun dari sektor-sektor ekonomi nasional lainnya. Ekonomi kreatif juga telah menyerap 11,8 juta tenaga kerja sebesar 10,72 dari total tenaga kerja nasional pada tahun 2013. Ekonomi kreatif telah menciptakan 5,4 juta usaha atau sekitar 9,68 persen dari total jumlah usaha nasional.

Hingga semester I-2014 nilai tambah dari sektor ekonomi kreatif diestimasi mencapai Rp111,1 triliun. Penyumbang nilai tambah tertinggi antara lain subsektor mode, kuliner, kerajinan, penerbitan dan percetakan. Keempat subsektor ini juga erat dengan kaitannya dengan sektor pariwisata.

SUMBER DAYA YANG KONSTRUKTIF SEBAGAI ASET EKONOMI KREATIF INDONESIA

Indonesia memiliki potensi sumber daya yang dapat dikembangkan menjadi identitas negara dengan keanekaragaman hayati dan manusianya. Nenek moyang kita telah mewariskan beraneka ragam kesenian tradisional yang seharusnya menjadi tanggung jawab bersama sebagai penerus untuk melestarikannya. Agar di kemudian hari kesenian-kesenian tersebut menjadi identitas bangsa kita, sehingga jika di kemudian hari ada negara seperti kasus sebelumnya yang menimpa kita tentang pengklaiman reog oleh Malaysia tidak terjadi kembali.

Sudah bukan rahasia umum bahwa negara kita adalah negara dengan kekayaan alam yang melimpah namun sumber daya manusianya termasuk dalam kategori rendah. Hal ini sesuai dengan berita yang dimuat oleh harian haluan secara *online* bahwa Indonesia masih menghadapi tantangan berat. Salah satunya posisi daya saing Indonesia yang kembali turun. Dalam laporan The Global Competitiveness Index 2012-2013, Indonesia menempati posisi ke-50 dari 144 negara di dunia dengan skor 4,4, atau

turun 4 level dari tahun lalu yang berada di posisi 46. Data ini selaras dengan realitas sumber daya manusia khususnya pemuda. Berkaca pada data tersebut, kekuatan daya saing pemuda memegang peran penting dan strategis membawa arah perjalanan bangsa, termasuk dalam menghadapi MEA 2015 ini. Pemuda dapat bertindak nyata dan menjadi faktor kebangkitan bangsa. Sayangnya, dari sejumlah indikator, daya saing pemuda belum menunjukkan potensi yang sebenarnya.

Dalam menghadapi persaingan yang sudah di depan mata ini tentu kita akan kalah jika hanya mengandalkan sumber daya tersebut. Selain dua sumber daya di atas, Indonesia juga memiliki sumber daya yang dapat dijadikan sebagai sumber daya dengan nilai jual unggul, sumber daya tersebut dapat dinamakan sebagai sumber daya konstruktif. Dalam kamus bahasa Indonesia *online*, Sumber daya didefinisikan sebagai segala sesuatu, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang digunakan untuk mencapai hasil, sedangkan konstruktif memiliki arti bersifat membangun. Jadi, dapat diartikan bahwa sumber daya yang konstruktif adalah segala sesuatu yang dapat membangun. Arti membangun dalam hal ini dilihat dari sudut pandang ekonomi bahwa Negara Indonesia juga memiliki sumber daya dari hasil cipta, rasa, dan karsa manusia yang dapat memperbaiki kehidupan perekonomian masyarakatnya. Sumber daya yang konstruktif yang dimiliki Indonesia sebenarnya sangat melimpah, bagaimana tidak, penduduk bangsa ini sudah nyata dengan berbagai macam suku dan kebudayaan yang terdapat di dalamnya. Unsur-unsur kebudayaan tersebut dapat berupa kesenian tradisional, dan kerajinan tangan khas daerah.

Berbincang seputar kesenian tradisional, negara kita mempunyai beraneka ragam kesenian di antaranya mulai dari pertunjukan tradisional seperti reog ponorogo, ketoprak, ludruk, lenong, wayang kulit dan masih banyak pertunjukan lainnya, juga kerajinan tradisional seperti adanya kain tradisional, tas atau dompet karya anak bangsa, dan mebel yang bernilai jual tinggi seperti yang ada di Jepara. Kain tradisional yang kita miliki seperti kain songket, batik, ulos (Batak), tenun ikat, gringsing, sasaringan, tapis, tenun dayak, dan masih banyak kain tradisional lainnya dapat menjadi peluang yang besar di pasaran internasional. Merancang beberapa kain tersebut dalam bentuk gaun yang cantik, kemeja yang elegan, atau pakaian resmi dan santai lainnya tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat luar negeri, tentunya dengan mengikuti standar produk di setiap negara yang akan kita tuju. Dapat juga memanfaatkan lokasi pariwisata sebagai pasar dalam negeri karena kita tahu banyak wisatawan asing yang selalu tertarik dengan panorama alam yang ada di negeri ini.

Pemikiran semacam ini perlu disadari, sebelum menggapai tentang adanya inovasi teknologi yang ada. Eksplorasi kekayaan budaya negeri ini menjadi industri kreatif bangsa sungguh sangat luar biasa hasilnya dengan memadukan kekuatan nilai budaya lokal dengan tuntutan kebutuhan global. Pasar bebas dalam era MEA ini memerlukan kecerdasan kreatif untuk menghasilkan hasil yang berbeda dengan bangsa lainnya yang dapat menciptakan nilai tambah yang lebih optimal. Menurut hasil penelitian Marizar (2012) Mengkolaborasikan antara potensi budaya sebagai kekuatan *local genius* dengan

mempertemukan elemen globalisasi maka akan menghasilkan produk yang bisa disebut glokalisasi yang memiliki nilai jual yang tinggi. Dengan strategi tersebut diharapkan secara signifikan akan tumbuh industri-industri kreatif yang muncul dan berkembang secara cepat, progresif, dan kompetitif.

SIMPULAN

Menjadi bangsa yang unggul di era kompetitif seperti MEA ini bukanlah hal yang sulit di tengah pemikiran bahwa kita harus menciptakan inovasi ini dan itu. Jika terlalu melihat ke atas rasanya menjadi diri kita sendiri sangatlah hina dibandingkan menjadi bangsa lain. Memang sumber daya manusia kita rendah jika dibandingkan negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jerman, Jepang, dan negara maju lainnya. Pemikiran yang terlalu rumit tersebut memang diperlukan tetapi dengan menengok ke belakang sebenarnya banyak sekali yang dapat dimanfaatkan dari warisan nenek moyang kita berupa kekayaan budaya yang kita miliki.

Diperlukan ide kreatif dan satu identitas yang khas tentang bangsa kita, menjadi negara yang berbeda dari negara lainnya dengan memiliki Pancasila sebagai falsafah negara adalah satu identitas khas tanpa merubah jati diri bangsa kita. Melalui pendidikan karakter dengan memasukkan nilai dan butir Pancasila sebagai upaya mencetak generasi berikutnya bangsa ini akan berdiri sebagai bangsa yang kuat tanpa melupakan jasa para pahlawan yang telah merumuskan kemerdekaan selama 70 tahun silam. Dengan demikian, Indonesia bisa memiliki sumber daya manusia yang kokoh sebagai bangsa dengan jati diri bangsa yang gagah.

Selain itu, mendongkrak industri kreatif dengan memadukan kekuatan nilai budaya lokal dengan tuntutan kebutuhan global akan melahirkan produk dengan nilai tambah tinggi yang dapat memacu industri baru dan berkembang menjadi industri yang kompetitif. Para pengambil kebijakan perlu membangun strategi tepat dalam menghadapi era MEA ini. Sebab, menjadi bangsa yang memiliki ciri khas dibanding negara lain diperlukan pula agar jati diri bangsa ini terbangun secara kokoh dan kuat. Sudah saatnya pemerintah mampu mengaplikasikan pemikiran strategi dengan memadukan kekuatan *local genius* dan elemen globalisasi menjadi produk glokalisasi yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2010). *Kewirausahaan: untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.

Arif, Arifudin M. (2012). *Education for Generation*. Sulawesi Tengah: EnDeCe Press.

Arthurian. (2014). Ekonomi Kreatif Berkontribusi 7% ke PDB Indonesia. Diakses dari <http://economy.okezone.com/read/2014/10/21/320/1054971/ekonomi-kreatif-berkontribusi-7-ke-pdb-indonesia> pada tanggal 30 April 2015.

Azis, Fauzan. (2012). *Perkembangan Industri dan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Diakses dari <https://fauzanaziz.wordpress.com/tag/ekonomi-kreatif/> pada tanggal 30 April 2015.

Bank Indonesia, Departemen Statistik Ekonomi dan Moneter. *Metadata Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)*. Diakses dari <http://www.bi.go.id/id/statistik/metadata/sekda/Documents/8PDRBSEKDA1.pdf> pada tanggal 18 April 2015.

Creatips. (2014). *Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB*. Diakses dari <http://creatips.net/kontribusi-ekonomi-kreatif-terhadap-pdb/> pada tanggal 30 April 2015.

Efendi, Taufiq. (2008). *Jati Diri Bangsa Indonesia Menuju Indonesia Jaya*. Jakarta: Exatama Mediasindo.

Maemonah. (2012). Aspek-aspek dalam Pendidikan Karakter. *Jurnal Tarbiyah*, Vol. 10, No. 1, Juni 2012.

Marchaela. (2015). *Yuk Kenali 10 Kain Tradisional Indonesia*. Diakses dari <http://klikhotel.com/blog/yuk-kenali-10-kain-tradisional-indonesia/> pada tanggal 20 April 2015.

Marizar, Eddy Supriyatna. (2012). Pengembangan Industri Kreatif di Era Pasar Bebas Asean. *Laporan Penelitian*. Jakarta: Universitas Tarumanegara.

Perbawa, Arip. (2012). Kesiapan Masyarakat Indonesia Menuju Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *Artikel*. Manajemen FEB Unpad.

Setiawan, Edi. (2014). *Peran Pemuda Hadapi Pasar Asean*. Diakses dari <http://www.harianhaluan.com/index.php/opini/33284-peran-pemuda-hadapi-pasar-asean> pada tanggal 30 April 2015.

Somantri, Gumilar Rusliwa, Rektor Universitas Indonesia. (2010). Jati Diri Bangsa. *Disampaikan pada Seminar Etnopedagogik dan Pengembangan Budaya Sunda yang diselenggarakan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa dan Budaya Sunda Sekolah Pascasarjana UPI*, pada tanggal 23 September 2010.

Sukirno, Sadono. (2008). *Mikro Ekonomi. Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sunyoto. (2007). Perluasan Sekolah Menengah Kejuruan dan Implikasinya terhadap Kebutuhan Guru. *Jurnal Ilmu Kependidikan*, Jilid 36, No. 2, Desember 2007.

Wagiran (2010). Implementasi Pendidikan Karakter dalam Menyiapkan Tenaga Kerja Kejuruan Menghadapi Tantangan Global. *Laporan Penelitian*. Yogyakarta: LPPM UNY.