

**Menggali Potensi Nilai dan Budaya Lokal untuk
Produk Yang Kompetitif**
Siti Hajar

Otonomi Daerah, Aplikasi dan Kendalanya
Karyanto

**Pelatihan dan Pengembangan Merupakan Usaha
untuk Menciptakan Kualitas dan Kinerja
Sumber Daya Manusia**
Syarif Abdillah

**Dari Rumah Panggung ke Parlemen: Tinjauan
Terhadap Peranan Wanita dalam
Politik di Malaysia**
Moh. Maiwan



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JAYABAYA
JAKARTA**

PERSPEKTIF

JURNAL STUDI INTERDISIPLINER

SUSUNAN REDAKSI

Penanggung Jawab :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya
Drs. Erwin Zein, M.Si.

Mitra Bestari :

H. Amir Santoso, Drs. M.Soc.Sc., PhD, Prof.
Hj. Siti Hajar, Dra., MS, Ph.D

Pemimpin Umum/Dewan Redaksi :

Subarno, Drs., Magister

Dewan Redaksi :

Denny Ramdhany, Drs., M.Si.
H. Saiful Syam, Drs., M.A
Ambarwati, Dra., M.Si.
Luky Angelina, S.Sos

Sekretariat:

Supriyati, AMd.

Bendahara:

Suhartati

Distributor:

Kusyoto

Alamat Redaksi:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya

Redaksi mengundang anda untuk mengirimkan karya ilmiah yang asli, belum pernah dipublikasikan, diketik dengan huruf Time Roman font 12, spasi tunggal, 8-12 halaman kuarto. Untuk hasil penelitian mencakup: judul, nama penulis, abstrak, pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi, hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan, daftar pustaka. Untuk kajian teoritik/pemikiran meliputi: judul, nama penulis, abstrak, pendahuluan, pembahasan, kesimpulan, daftar pustaka. Penulisan dokumentasi/kutipan bisa menggunakan model MLA, APA, atau Tradisional. Penulis wajib menyertakan biodata ringkas dan isi tulisan menjadi tanggung jawab individual penulis serta tidak harus mencerminkan opini dewan redaksi.

DAFTAR ISI

PENGANTAR REDAKSI.....

**MENGGALI POTENSI NILAI DAN BUDAYA LOKAL
UNTUK PRODUK YANG KOMPETITIF**
Siti Hajar

OTONOMI DAERAH, APLIKASI DAN KENDALANYA
Karyanto

**PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN MERUPAKAN USAHA
UNTUK MENCIPTAKAN KUALITAS DAN KINERJA
SUMBER DAYA MANUSIA**
Syarif Abdillah

**DARI RUMAH PANGGUNG KE PARLEMEN : TINJAUAN
TERHADAP PERANAN WANITA DALAM POLITIK
DI MALAYSIA**
Moh. Maiwan



Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya
Jl. Pulomas Selatan Kav. 23 Jakarta 13210 Telp.(021) 4700903

MENGGALI POTENSI NILAI DAN BUDAYA LOKAL UNTUK PRODUK YANG KOMPETITIF

Dra. Siti Hajar, MS, Ph.D

Abstract

This paper tries to explain how to produce competitiveness products based on value and local genius, as traditional food, batik, tenun and lurik, traditional art and music.

Keywords: value, local genius, competitiveness product

Abstraksi:

Tulisan ini menjelaskan pentingnya menggali nilai-nilai dan budaya lokal untuk menghasilkan produk yang kompetitif, meliputi makanan kuliner, batik, tenun dan lurik, serta tari-tarian tradisional.

Kata Kunci: nilai, lokal genius, produk yang kompetitif

I. PENDAHULUAN

Globalisasi yang dimulai pada awal abad 20, telah mengubah cara pandang terhadap hubungan sosial dunia sebagai suatu kesatuan. Globalisasi dipandang sebagai suatu proses ke arah tahapan sejarah baru dunia, yang menghilangkan sekat-sekat hubungan antar negara. Dalam kaitannya dengan kegunaan adanya globalisasi, Colin Parkins (1996) menyebut empat cara yang berbeda, yaitu: (1) globalisasi merujuk pada kesadaran baru tentang saling ketergantungan global, terutama dalam kaitannya dengan isu-isu keamanan, lingkungan hidup yang melampaui batas negara; (2) globalisasi sebagai sebuah proyek dalam arti strategi bisnis global dan usaha-usaha pada pemerintahan global; (3) globalisasi sebagai sebuah perubahan dalam hubungan ekonomi dan kebudayaan yang mengintensifkan keterkaitan pada tatanan global; dan (4) globalisasi sebagai kerangka penjelasan, suatu cara untuk memahami hubungan sosial dengan pertimbangan bahwa dunia ini adalah sebuah sistem sosial yang tunggal sebagai kesatuan.

Globalisasi yang telah berproses menuju ke arah sejarah baru sejak awal abad 20, mencakup hal-hal sebagai berikut: perkembangan teknologi, perkembangan ekonomi global, globalisasi politik, dan globalisasi pemikiran; yang oleh Paolini diklasifikasikan menjadi bidang ekonomi, politik dan pemerintahan, masyarakat sipil, pengetahuan dan teknologi, budaya atau kultural dan ide atau gagasan. Tulisan ini akan lebih fokus membahas pentingnya globalisasi dalam kaitannya dengan bidang ekonomi, khususnya membahas pentingnya menggali nilai-nilai dan budaya lokal untuk menghasilkan produk yang kompetitif di era industri yang serba cepat.

Di era industri yang serba cepat, perlu dihasilkan produk-produk yang kompetitif guna memenangkan persaingan global yang semakin

ketat. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar, yang merupakan masyarakat yang multietnis, memiliki potensi yang cukup besar untuk menciptakan produk-produk yang kompetitif, yang berbasis pada nilai dan budaya lokal dari setiap entitas etnis di berbagai wilayah di Indonesia.

Di Negara Kepulauan Republik Indonesia (NKRI) terdapat beberapa macam nilai-nilai lokal pada setiap budaya etnik. Dari keseluruhan sistem budaya etnik, ditemukan kesamaan bahwa masing-masing sistem budaya etnik memiliki wilayah atau tempat asal dari sistem budaya tersebut.

Jumlah pemilik dari masing-masing sistem budaya etnik adalah orang-orang yang telah menyerap sebagian besar bagian-bagian budaya tersebut, dan membentuk kepribadian mereka, yang bervariasi perwujudannya. Beberapa sistem budaya etnik di wilayah pinggiran seperti sebagian Papua, Kepulauan Mentawai, jumlah pemilik budaya etnisnya sangat terbatas. Sedang pemilik terbesar sistem budaya etnik di Indonesia adalah sistem budaya etnik Jawa, yang dimiliki hampir seluruh penduduk Jawa Tengah dan Jawa Timur, yang merupakan mayoritas penduduk Indonesia. Lebih lanjut tentang pentingnya menggali nilai dan budaya lokal untuk menghasilkan produk yang kompetitif di era industri akan dibahas di dalam tulisan ini.

II. NILAI DAN BUDAYA LOKAL

Nilai dan budaya lokal merupakan faktor yang penting untuk menghasilkan produk yang kompetitif di era industri dan serba cepat. Nilai lokal merupakan kekuatan sekaligus potensi yang cukup tinggi untuk menghasilkan produk yang original dan kompetitif. Dan Indonesia merupakan negara yang cukup kaya akan potensi dan nilai lokal tersebut,

untuk menghasilkan produk etnik original khas Indonesia.

Seperti telah disebut di muka, sistem nilai dari suatu budaya berfungsi sebagai pedoman atau patokan yang mengatur pemiliknya untuk bertindak dan bertingkah laku. Sistem nilai merupakan seperangkat model yang dijadikan pedoman untuk bertindak dan bertingkah laku pemiliknya di dalam masyarakat.

Sistem nilai dan gagasan utama dapat terwujud dalam tiga sistem budaya, yaitu: (1) sistem ideologi, (2) sistem sosial, dan (3) sistem teknologi.

- (1) Sistem ideologi, meliputi etika, norma, adat-istiadat, peraturan dan hukum yang berfungsi sebagai pengarah sistem sosial yang berupa interpretasi, operasional dari sistem nilai dan gagasan utama yang berlaku dalam suatu masyarakat;
- (2) Sistem sosial, meliputi hubungan dan kegiatan sosial di dalam masyarakat, baik yang terjalin dalam lingkungan kerabat, maupun yang terjadi dalam masyarakat yang lebih luas berikut pemimpinnya. Pengendalian masyarakat dan pemimpin berkembang sesuai dengan nilai budaya dan gagasan utama yang berlaku;
- (3) Sistem teknologi, meliputi segala peralatan serta cara penggunaannya, sesuai dengan nilai budaya yang berlaku. Dalam kebudayaan pada masyarakat Indonesia, idealnya sistem teknologi yang dikembangkan disesuaikan dengan keperluan masyarakat pemiliknya.

III. NILAI LOKAL DAN PRODUK YANG KOMPETITIF

Pada setiap budaya etnik, terkandung nilai lokal yang merupakan kekayaan yang luar biasa yang kita miliki. Dari nilai lokal budaya etnik Jawa misalnya, dapat diciptakan sejumlah makanan tradisional khas

Jawa, seperti gudeg, nasi liwet, sosis Solo, rujak cingur, soto, rawon, dan sebagainya. Di bidang fashion penggalan potensi nilai-nilai lokal etnik Jawa, dapat menghasilkan produk khas yang unik, seperti batik, tenun dan lurik, dan sebagainya. Di bidang seni, nilai lokal melahirkan seni tari-tarian Jawa klasik, seperti tari bedoyo kraton, tari gambyong di Jawa, tari pendet di Bali, tari Saman di Aceh, tari piring di Sumatra Barat, dan sejumlah tari yang hidup dan dimiliki oleh masing-masing budaya etnik.

Dari produk yang berbasis pada nilai dan budaya etnik dewasa ini sudah mulai ada yang mampu menembus pasar dunia internasional, seperti rendang, nasi goreng, dan sate di bidang produk kuliner; batik dengan berbagai variannya, tenun dan lurik di bidang *fashion*, dan tari-tarian Jawa klasik seperti tari gambyong, tari pendet Bali, tari Saman Aceh.

Untuk mewujudkan produk-produk yang berkualitas dan kompetitif yang berbasis pada nilai etnik, diperlukan sikap dan jiwa dan semangat kewirausahaan masyarakat pemiliknya. Untuk itu pada setiap individu perlu dimiliki pola pikir kreatif dan bertindak inovatif.

Pada sebagian kalangan masyarakat masih menganggap bahwa pola pikir kreatif dan bertindak inovatif itu dimiliki oleh seseorang karena keturunan dan bakat. Mereka menganggap bahwa kewirausahaan itu identik dengan apa yang telah dimiliki, bukan sesuatu yang diusahakan. Padahal sebenarnya pola pikir kreatif dan bertindak inovatif di dalam berwirausaha merupakan sesuatu yang bisa dipelajari oleh siapapun.

Kewirausahaan secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif yang dapat dijadikan dasar, kiat, dan sumber untuk mencari peluang berusaha. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan suatu produk yang baru, yang unik dan khas, yang mampu menembus pasar lokal dan pasar global.

Pada umumnya, pola pikir kreatif dan tindakan inovatif pada diri seorang wirausahawan diawali dengan ditemukannya ide-ide dan pemikiran serta penemuan baru yang unik dan khas yang berbeda dengan yang sudah ada. Di Indonesia dengan kekayaan nilai budaya etnik yang melimpah, dapat diciptakan sejumlah produk etnik yang khas, di bidang kuliner, bidang fashion, tari-tarian, dan sebagainya oleh para wirausahawan; baik secara individu maupun berserikat dalam suatu organisasi usaha, organisasi skala kecil, menengah maupun organisasi usaha skala besar.

Pembaharuan harus terus dilakukan, melalui penelitian dan eksperimen suatu produk. Pada produk batik misalnya, dewasa ini dilakukan inovasi di bidang motif dan model. Para pelaku usaha batik mulai menggandeng para model, untuk memasarkan produk mereka. Berubahnya cara pandang masyarakat yang menggagap batik adalah pakaian untuk orang tua pada masa lalu, sekarang sudah bergeser. Generasi muda sekarang sudah mulai memakai batik untuk berbagai acara, baik acara formal maupun acara santai; setelah disosialisasikan oleh para model muda yang modis yang berpakaian batik untuk acara resmi dan bahkan acara santai.

Pada produk tenun dan lurik juga sudah dilakukan pembaharuan dan modifikasi. Tenun dan lurik dahulu juga diidentikkan dengan pakaian para orang tua. Motif lurik dan tenun sekarang sudah banyak dimodifikasi disesuaikan dengan selera pasar, demikian juga model pakaiannya. Bahkan, menurut pengamatan penulis pada beberapa even acara festival dan pameran batik dan pakaian etnik di Solo, dewasa ini lurik telah mengalami banyak pembaharuan seperti lukisan pada kain, model pakaian yang makin modern sehingga bisa digunakan oleh kalangan yang semakin muda, dan untuk berbagai acara. Sosialisasi dan

pendidikan masyarakat tentang cara pandang tentang tenun dan lurik adalah pakaian kuno yang hanya cocok untuk orang tua menjadi tenun pakaian modis yang etnik yang cocok untuk generasi milenial.

Di bidang kuliner, rendang yang merupakan makanan khas dan etnik masyarakat Sumatra Barat, juga sudah dilakukan pembaharuan salah satunya di bidang packaging dan pemasaran, sehingga rendang bisa menembus pasar internasional. Rendang makanan etnik khas Padang tersebut sekarang sudah masuk ke negara-negara Timur Tengah, Malaysia, Singapore, dan beberapa negara di Eropa. Hal ini tentu ada kaitannya dengan upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengenalkan dan memasarkan makanan-makanan yang khas Indonesia yang berbasis budaya etnik ke dunia internasional, baik melalui pameran, melalui juru bicara kedutaan di negara-negara sahabat, dan melalui iklan.

Di bidang tari-tarian, tari klasik Jawa seperti tari gambyong; tari Pendet Bali, tari Salman Aceh, dewasa ini sudah bisa menembus pasar dunia, dikenal di forum-forum international; dan bahkan disukai oleh penduduk beberapa negara seperti di Eropa dan di Amerika Serikat, serta Jepang. Bahkan, banyak penduduk warga negara-negara maju tersebut yang kemudian secara sengaja datang ke Indonesia untuk mempelajari dan mendalami seni tari tersebut, termasuk alat musik gamelan.

Pertunjukan sendratari Ramayani di pelataran Candi Prambanan, baik secara *on air* maupun *off air* mampu mencetak devisa meningkatkan pendapatan daerah, dari sektor pariwisata. Candi Prambanan, Candi Boko, dan Candi Borobudur yang letaknya berdekatan, memiliki daya tarik yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Destinasi-destinasi wisata tersebut pada dekade terakhir terus dibenahi dan ditingkatkan pelayanannya. Infrastruktur akses menuju destinasi wisata, ketersediaan

akomodasi penginapan yang aman dan nyaman, serta tersedianya kuliner khas daerah turut mendorong jumlah pelancong yang berkunjung. Pemasaran secara terus-menerus turut mempengaruhi jumlah wisatawan yang datang, berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan masyarakat dan devisa negara; serta sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perubahan pandangan masyarakat yang menganggap melancong atau berwisata dapat membahagiakan dan meningkatkan kualitas hidupnya, turut berpengaruh terhadap pertumbuhan wisata di berbagai destinasi. Menurut pengamatan penulis terhadap pariwisata dan masyarakat Solo Raya pada beberapa tahun terakhir, bahwa telah terjadi perubahan pandangan akan pentingnya berwisata, terlebih pada masyarakat yang lebih muda, yang ditandai dengan makin tumbuhnya destinasi-destinasi wisata baru, seperti Resto Bali Ndeso, Rumah Artsiri, Kebun Durian di daerah Kemuning; serta banyaknya festival-festival budaya digelar yang dimulai sejak tahun 2016; seperti festival batik, pameran batik, Solo menari, terbukti menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Peningkatan jumlah wisatawan domestik maupun manca negara mampu meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat, sekaligus mensejahterakan. Tren peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung di daerah Solo, menjadikan sektor usaha terkait bergeliat, seperti restoran, akomodasi penginapan seperti hotel, alat transportasi ke destinasi wisata berkembang. Dengan kata lain, pariwisata telah membuka peluang kerja bagi penduduk setempat untuk bekerja di bidang pariwisata, membuka usaha di destinasi wisata, serta menjadi pemandu wisata.

Penyelenggaraan batik festival dan pameran batik di Solo, juga berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat pengrajin dan pedagang batik, sekaligus membuka peluang kerja untuk pencari kerja. Wisata

belanja memang terbukti mampu meningkatkan pendapatan di berbagai daerah termasuk di Solo. Batik, tenun dan lurik merupakan produk budaya etnik yang khas dan unggul. Bahkan batik, tenun dan lurik daerah Solo telah mampu menembus pasar dunia, seperti di negara maju seperti Amerika, Jepang, dan negara-negara Eropa, di samping pasar dalam negeri yang cukup gemuk lebih 265 juta jiwa. Hal ini membuktikan, bahwa batik, tenun dan lurik merupakan produk etnik hasil penggalian nilai-nilai lokal yang tinggi, merupakan produk yang kompetitif di pasar domestik dan internasional.

Tarian klasik Jawa, tari pendet Bali, tari Jaipong, tari Salman juga diterima oleh pasar dunia di berbagai negara maju, dan pasar lokal. Musik klasik gamelan, keroncong juga dapat menembus pasar dunia. Tari-tarian klasik dan musik tradisional yang diciptakan berdasar nilai-nilai lokal yang original terbukti merupakan produk yang kompetitif, yang laku di pasaran, diterima dan dihargai di negara-negara maju; menyumbang devisa bagi negara, sekaligus memberikan pendapatan dan mensejahterakan para pelaku seni dan masyarakat.

Meningkatnya pendapatan penduduk daerah, seperti meningkatnya pendapatan pegawai swasta dan pegawai negeri, juga turut berpengaruh terhadap pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Penemuan internet juga turut mempengaruhi pertumbuhan sektor pariwisata, meliputi bidang restoran dan katering, transportasi, serta akomodasi penginapan. Industri turunan bidang makanan, wisata kuliner menunjukkan pertumbuhan yang tinggi pada era globalisasi dan digitalisasi, terlebih makanan tradisional khas daerah Solo, seperti nasi liwet, selat Solo, sosis Solo, tahu ketupat, soto, dan sebagainya. Inilah bukti pentingnya nilai-nilai lokal budaya etnik mampu menghasilkan produk yang kompetitif yang bisa meningkatkan pendapatan masyarakat; sekaligus mensejahterakan.

meru

keka

pada

yang

men

fashi

tari-t

pend

prod

yang

prod

Digi

menj

daera

mem

prose

IV. KESIMPULAN

Berdasar uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan masyarakat majemuk, masyarakat multi etnis yang memiliki kekayaan nilai-nilai dan budaya lokal yang luar biasa. Dari nilai lokal pada setiap budaya etnik, berpotensi melahirkan berbagai produk budaya yang khas yang kompetitif.

Di bidang makanan, bahkan ada produk yang telah mampu menembus pasar dunia seperti rendang, nasi goreng, dan sate. Di bidang fashion ada batik dengan berbagai variannya, tenun dan lurik; serta tari-tarian tradisional Jawa seperti tari bedoyo kraton, tari gambyong, tari pendet Bali, tari Saman Aceh, dan sebagainya.

Masuknya internet dan dunia digital ikut mempercepat pertumbuhan produk kompetitif yang berbasis nilai etnik, seperti makanan rendang yang sudah masuk dan diterima beberapa negara. Demikian juga untuk produk batik, tenun dan lurik; serta produk seni tari dan seni musik. Digitalisasi produk yang berbasis nilai etnik telah membantu menjangkau memasarkan produk etnik yang berbasis nilai-nilai lokal ke daerah-daerah terpencil yang dulu susah dijangkau. Internet telah mempertemukan antara penjual dengan pembeli yang memudahkan proses transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati. "Dosa-dosa Globalisasi pada Negara Kecil" dalam *Perspektif*. Jurnal Studi Interdisipliner, Vol.01 No.01, 2002. Fisip Universitas Jayabaya
- Dimbleby, Jonathan. *From here to Sustainability. The Real World Coalition*. 2001
- Hajar, Siti. "Motivasi Sebagai Faktor Penting Menuju Sukses Bagi Seorang Wirausahawan" dalam *Perspektif*, Jurnal Studi Interdisipliner, Vol.8 No.2, April 2010. Jakarta: Fisip Universitas Jayabaya
- Hardjana, Andre. *Komunikāsi Organisasi, Strategi dan Kompetensi*. Jakarta: Penerbit Kompas, 2016
- Kartono, Kartini. *Pemimpin dan Kepemimpinan, Apakah Kepemimpinan Abnormal Itu?* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016
- Molan, Benyamin. *Multikulturalisme, Cerdas Membangun Hidup Bersama yang Stabil dan Dinamis*. Jakarta: PT Indeks, 2015
- Mulyadi, Arief. ed. *Rahasia Sukses Pengusaha Tahan Banting, Model Alternatif Inklusi Keuangan*. Jakarta: PT PNM, 2015
- Parkins, Colin. "North - South Relations and Globalization after the Cold War" dalam Charlotte Bretherton and Geoffrey Ponton, *Global Politics: An Introduction*, Oxford: Blackwell, 1996
- Thoha, Miftah. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012
- Wibowo. *Budaya Organisasi, Sebuah Kebutuhan untuk Meningkatkan Kinerja Jangka Panjang*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011

Siti Hajar
Dosen
Surakarta
Bogor (1
(2007)

Karyanti
Dosen S
Dalam N
Republik

Syarif A
Dosen U
Manusia,

Moh. Ma
Dosen U
Universit



TENTANG PENULIS

Siti Hajar

Dosen Universitas Jayabaya. Lulus S1 dari Universitas Sebelas Maret Surakarta (1996), S2 dalam Ilmu Sosiologi Pedesaan, Institut Pertanian Bogor (1992), dan S3 dalam Ilmu Manajemen, Universiti Utara Malaysia (2007)

Karyanto

Dosen STIAMI, dan Bidang Penelitian dan Pengembangan Departemen Dalam Negeri Republik Indonesia

Syarif Abdillah

Dosen Universitas Jayabaya. S2 dalam bidang Manajemen Sumberdaya Manusia, Universitas Jayabaya.

Moh. Maiwan

Dosen Universitas Negeri Jakarta, lulusan S3 dalam Bidang Ilmu Politik Universitas Kebangsaan Malaysia.



Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jayabaya
Jl. Pulomas Selatan Kav. 23 Jakarta 13210 Telp.(021) 4700903