

# Analysis of Global Economic-Oriented Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) Mapping to Support the Success of Sustainable Development Goals (SDGs)

## Case study: Sukoharjo, Indonesia

Umrotun<sup>1</sup>, Priyono<sup>2</sup>, Choirul Amin<sup>3</sup>, Muhammad Sholahuddin<sup>4\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta

<sup>2</sup>Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta

<sup>3</sup>Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

\*Email: [Muhammad.sholahudin@ums.ac.id](mailto:Muhammad.sholahudin@ums.ac.id)

### Abstract

#### Keywords:

Small-Medium Enterprises; Creative Economy; strengths; weaknesses; opportunities; threats

*Creative economy remains a critical issue for developing countries, including Indonesia. The Sustainable Development Goals (SDGs) show that the world agreed to boost the economy around the world. Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) creative industries are expected to compete in the global era, yet weak in the synergy between stakeholders. Previous researches have produced a map of the distribution of the creative economy in Sukoharjo Regency. Empirical and literature studies consist of three sections. First, it presents the potential creative economy of Sukoharjo Regency. Second, it discusses the various regulations, strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the creative economy. Third, it presents various empirical studies about the creative economy. Literature study method was analyzed using content analysis to generate pre-analysis strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the creative economy. The results of this study show that the creative economy in Sukoharjo Regency is potential for increasing the Gross Domestic Product of Regions. Besides, the study found local government regulations and identification of the strengths, weaknesses, opportunities, and challenges of creative economy in Sukoharjo Regency. In addition, the empirical study of strategies for improving the creative economy was also found. The results of this study need to be optimized to recommend a spotlight on the creative economy towards superior product.*

## 1. PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini membuat keadaan persaingan citra dalam konteks city branding semakin ketat. Kota-kota sedang berebut perhatian melalui pencitraan visual dengan landmark tata kotanya, event, bahkan sikap kolektif dari masyarakatnya. Saat ini tantangan city branding tidak hanya bersifat lokal, namun juga global. Kota-kota di dunia secara

terbuka menunjukkan konteks spesialisasi dari potensi yang dimilikinya.

City branding secara harfiah dapat diartikan sebagai pencitraan kota. City branding meliputi segala aktivitas yang mencitrakan kota dalam hal positif. Pencitraan yang dimaksud dalam city branding adalah persepsi, nilai dan daya tarik positif suatu kota untuk tujuan tertentu. Secara teknis, city branding

merupakan proses pengembangan dari konsep pemasaran kota yang berfokus pada pemahaman terhadap persepsi target pasar mengenai kota dan pemahaman terhadap budaya kota, yang akan dijadikan sebagai dasar untuk pembangunan masa depan kota. City branding merupakan cara memposisikan kota dalam ketatnya persaingan global yang kuat sebagai tanggapan terhadap dinamika ekonomi, politik, dan sosial (1)

Kegiatan ekonomi secara umum, bertolak belakang dengan desa. Di desa semua terkenal nrimo (menerima keadaan secara apa adanya). Sedangkan prinsip ekonomi adalah memperoleh pendapatan sebesar besarnya, namun dengan menekan biaya sekecil-kecilnya. Ekonomi kreatif adalah salah satu caranya; namun, bukan dengan memperoleh pendapatan besar dan menggunakan biaya yang murah, tetapi bagaimana melakukan kegiatan secara kreatif dan mendapatkan manfaat ekonomi dari kegiatan kreatif tersebut. Membangun Indonesia dari desa, adalah cara mengoptimalkan potensi desa, sehingga mampu melakukan kegiatan ekonomi kreatif dalam membangun desa, dapat berkembang dan mampu menjadi penyangga dan sumber utama kebutuhan kota. Pengembangan ekonomi kreatif di desa adalah mengembangkan potensi yang ada di desa dan mengubahnya menjadi profit sekaligus benefit bagi desa.

Perekonomian di Kabupaten Sukoharjo lima tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang positif walaupun fluktuatif. Namun fluktuatif laju pertumbuhan Kabupaten Sukoharjo tidak setajam Kabupaten/Kota se-Eks Karesidenan Surakarta. Disamping itu laju pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sukoharjo selama periode 2010 - 2016 mengalami pertumbuhan di atas 5 persen dan tumbuh diatas laju pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Tengah. PDRB Kabupaten Sukoharjo pada tahun 2016 sebesar 29,09 trilyun rupiah menempati peringkat kelima di eks Karesidenan Surakarta. Nilai PDRB tertinggi ditempati Kota Surakarta sebesar 37,79 triliun rupiah atas dasar harga berlaku. Posisi kedua ditempati Kabupaten Klaten dengan nilai

tambah sebesar 31,56 triliun rupiah, dan Kabupaten Karanganyar diposisi keempat dengan PDRB sebesar 29,32 triliun rupiah. Sedangkan Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Wonogiri menempati peringkat keenam dan ketujuh dengan nilai tambah masing-masing sebesar 25,93 triliun rupiah dan 22,61 triliun rupiah. Kontribusi PDRB Kabupaten Sukoharjo terhadap PDRB Jawa Tengah selama lima tahun terakhir cenderung tetap setiap tahunnya. Kabupaten Sukoharjo menyumbang PDRB Jawa Tengah pada tahun 2016 sebesar 2,66 persen di bawah Kota Surakarta, Kabupaten Klaten, Karanganyar dan Sragen.

Studi tentang *entrepreneurship* (terutama di barat) di bidang ekonomi relatif sedikit, apalagi di kota Sukoharjo (2). Selain karena faktor mazhab liberal yang mengendalikan arah studi ekonomi, kesulitan lain yang dihadapi para peneliti adalah keterbatasan data yang rinci tentang *entrepreneurship*. Sementara itu, UMKM industri kreatif sangat diharapkan mampu bersaing di era global namun lemah dalam mensinergikan antar stakeholder. Karenanya perlu segera dilakukan upaya serius menapaki jalan panjang ini dengan memulai membuat pemetaan UMKM industri kreatif di kota Sukoharjo, analisis rencana strategi dan regulasi terkait untuk mensukseskan sustainable development goals.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan ekonomi kreatif di kabupaten Sukoharjo.

## 2. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif historis dimana penelitian yang dilakukan adalah penelitian analisis deskriptif dengan memanfaatkan sumber data berupa hasil penelitian dan pemikiran peneliti sebelumnya untuk menghasilkan penelitian baru di bidang yang sama. Penelitian ini dimulai dengan diskusi dan identifikasi masalah terkait ekonomi kreatif di kabupaten sukoharjo. Studi pendahuluan dilakukan dengan tinjauan literatur dari beberapa makalah penelitian

terbaru. Tahap selanjutnya adalah mengklasifikasikan tinjauan pustaka menjadi dua konsep utama, yaitu tinjauan konsep ekonomi kreatif dan implementasinya saat ini. Perumusan tujuan akhir dari penelitian ini adalah konsep ekonomi kreatif di Kabupaten Sukoharjo berpotensi untuk meningkatkan Produk Domestik Bruto Daerah. Selain itu, penelitian ini menemukan peraturan pemerintah daerah dan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif di Kabupaten Sukoharjo.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Kewirausahaan dan PDB

Belum banyak studi di dalam negeri yang menjelaskan *positioning entrepreneur* dalam perekonomian nasional, bagaimana keterkaitannya, seberapa besar sumbangan dan potensinya terhadap perekonomian. Namun kita dapat melihat beberapa riset yang dilakukan di negeri lain sebagai pijakan awal. Penelitian yang dilakukan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2006 terhadap 42 negara dunia (termasuk Indonesia) menggambarkan fakta menarik yang bisa kita tindak lanjuti (follow-up). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat entrepreneurship berbanding terbalik dengan tingkat PDB per kapitannya tetapi bentuk kurvanya menyerupai huruf "U".

Temuan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut, pada negara dengan pendapatan per kapita rendah struktur perekonomian yang tidak mampu mengakomodir tingkat angkatan kerja dengan luas pekerjaan yang tersedia akhirnya "memaksa" kalangan yang kalah borkompetisi mendapatkan pekerjaan tersebut untuk menciptakan pekerjaan sendiri. Usahawan atau wirausaha inilah yang kemudian disebut sebagai wirausahawan yang terpaksa (*necessity entrepreneurs*). Kondisi ini berbeda dengan negara berpendapatan per kapita tinggi. Entrepreneurs yang tercipta bukanlah karena 'keterpaksaan' sistemik dari struktur perekonomian yang

ada namun lebih disebabkan karena 'pilihan mandiri' untuk mencapai kemakmuran yang lebih baik dibanding menjadi tenaga kerja (*employee*). Pada negara berpendapatan per kapita menengah-tinggi sebagian besar angkatan kerja lebih memilih menjadi pekerja karena perekonomian telah mapan dan jaminan sosial tenaga kerja telah terpenuhi dengan baik. Selain itu biasanya di negara-negara tersebut mengenakan pajak yang cukup tinggi sehingga menurunkan minat banyak kalangan untuk mendirikan usaha baru (3)

Dalam kaitannya dengan fungsi mengurangi jumlah pengangguran, terdapat beberapa simpang siur hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap *entrepreneurship*. Seperti temuan Audretsch dan Thurik yang membuktikan bahwa meningkatnya jumlah *entrepreneur* mampu mengurangi jumlah pengangguran (4). Mereka menyebut kondisi ini sebagai '*schumpeter effect*' merujuk pada teori Schumpeter yang menyatakan bahwa entrepreneurship berpengaruh positif terhadap ketenagakerjaan. Penelitian ini berlawanan dengan apa yang diungkap oleh Carree dan Christmas bahwa *entrepreneurship* tidak ada hubungannya dengan pengangguran (5). Atau bahkan terdapat pula yang menyatakan bahwa keduanya memiliki hubungan yang terbalik. Pernyataan ini ditunjang dengan temuan Barringer yang menunjukkan bahwa kebanyakan perusahaan baru (*start-up companies*) memiliki banyak kendala dalam bertahan sehingga kebanyakan dari mereka tumbang kurang dari 2 tahun eksistensi semenjak berdirinya (6). Hanya saja perlu telaah lebih jauh terkait perbedaan kedua hasil penelitian tersebut. Bagi peneliti dalam negeri dan pembuat kebijakan, perbedaan ini merupakan tantangan untuk dikonfirmasi aktualitas dan lokalitasnya untuk kasus domestik.

Di kalangan ekonom sendiri terdapat dua arus besar pandangan *entrepreneurship* dalam posisinya sebagai penggerak ekonomi yaitu

managed economy dan entrepreneurial economy. Kalangan managed economy berpandangan bahwa *competitive advantage* (keunggulan kompetitif) hanya akan tercapai bila skala produksi massal yang bersumber dari penggunaan modal (*capital*) dan tenaga kerja (*labor*) dapat terpenuhi. Teori bersumber dari Solow tersebut sering juga disebut paradigma lama yang sangat digdaya semasa periode industrialisasi terjadi. Syarat utama modal (*capital*) dan *labor* yang besar tersebut tentu saja hanya didapati pada industri (perusahaan) skala besar dan kuat, semisal Multinational Corporation (MNC). Kalangan ini berpandangan bahwa perusahaan yang baru berdiri dan perusahaan skala kecil-menengah tidak mampu mengangkat perekonomian yang dicirikan dengan (7)

- Inefisiensi produksi dibanding perusahaan berskala besar
- Upah pekerja yang rendah
- Kurang inovasi dengan rendahnya dukungan research and development (R&D) dalam produksi
- Peran yang tidak signifikan dalam perekonomian.

Berbeda dengan pandangan pertama, kalangan *entrepreneurial economy* menganggap bahwa justru *entrepreneurship*lah yang sekarang berperan penting meningkatkan output perekonomian negara. Audretsch dan Thurik menekankan proses *knowledge spillover* (transfer pengetahuan) yang lebih cepat oleh bisnis baru dan skala kecil-menengah karena daya inovasi dan kreasi yang dibawanya (4). Argumen ini tampaknya cukup beralasan seiring dengan berkembang pesatnya teknologi dan menjamurnya usaha skala besar sehingga terjadi kejenuhan menjadikan bisnis baru dan skala kecil-menengah mendapat kesempatan berkembang pesat. Inilah beberapa alasan kuat argumentasi kelompok kedua :

- Teknologi telah berkembang pesat sehingga skala produksi yang diperlukan untuk mencapai skala ekonomis dapat lebih rendah daripada sebelumnya.

- Target pasar yang spesifik (*niche market*) yang dicirikan dengan lebih dapat digarap oleh perusahaan yang masih muda maupun masih berada dalam skala yang justru tidak terlalu besar.

Hanya saja kedua teori di atas belum tentu tepat untuk dikonfrontisir dalam konteks lokal atau di negara berkembang seperti Indonesia karena perbedaan fakta dan struktur perekonomian. Diharapkan dalam riset lanjutan akan ditemukan formulasi yang tepat (atau teori baru) tentang *entrepreneurship* di lingkup developing country atau negara bercorak agraris. Tetapi satu hal yang menjadi kesamaan tentang *entrepreneurship* yaitu perannya yang strategis membangun ketahanan perekonomian domestik.

### 3.2. Peluang Investasi di Kabupaten Sukoharjo

Kabupaten Sukoharjo (Bahasa Jawa: Sukaharja), adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Ibu kotanya adalah Sukoharjo, sekitar 10 km sebelah selatan Kota Surakarta. Kabupaten ini berbatasan dengan Kota Surakarta di utara, Kabupaten Karanganyar di timur, Kabupaten Wonogiri dan Daerah Istimewa Yogyakarta di selatan, serta Kabupaten Klaten di barat.

Pasca perang jawa (1825-1830) kompeni Belanda makin memperketat keamanan untuk mencegah terulangnya pemberontakan rakyat jawa. Kondisi masyarakat jawa yang semakin miskin mendorong terjadinya tindak kejahatan (pidana) di berbagai tempat. Menghadapi hal itu pemerintah kolonial menekan raja Surakarta dan Yogyakarta agar menerapkan hukum secara tegas. Salah satunya dengan membentuk lembaga hukum yang dilengkapi dengan berbagai pendukung.

Di Kasunanan Surakarta dibentuk Pradata Gedhe, yakni pengadilan kerajaan yang menjadi pusat penyelesaian semua perkara. Lembaga ini dipimpin oleh Raden Adipati (Patih) di bawah pengawasan Residen Surakarta. Dalam pelaksanaannya Pradata Gedhe mengalami kesulitan karena volume perkara yang sangat besar. Sunan

Pakubuwono dan Residen Surakarta memandang perlu melimpahkan sebagian perkara kepada pemerintah daerah. Mereka sepakat membentuk pengadilan di tingkat kabupaten yang diberi nama Pradata Kabupaten.

Pada tanggal 16 Februari 1874, Sunan Pakubuwono IX dan Residen Surakarta Keucheneus membuat perjanjian pembentukan Pradata Kabupaten di wilayah Klaten, Boyolali, Ampel, Kartasura, Sragen dan Larangan. Surat perjanjian tersebut disahkan pada hari Kamis tanggal 7 Mei 1874 Staatsblad nomor 209. Pada Bab I surat perjanjian, tertulis:

“Ing Kabupaten Klaten, Ampel, Boyolali, Kartasura lan Sragen, apadene ing Kawedanan Larangan kadodokan pangadilan ingaranan Pradata Kabupaten. Kawedanan Larangan saiki kadadekake kabupaten ingaranan Kabupaten Sukoharjo”. (Di Kabupaten Klaten, Ampel, Boyolali, Kartasura dan Sragen dan juga Kawedanan Larangan dibentuk pengadilan yang disebut Pradata Kabupaten. Kawedanan Larangan sekarang dijadikan kabupaten dengan nama Kabupaten Sukoharjo)

Berdasarkan Surat Perjanjian tersebut dapat disimpulkan bahwa hari jadi Kabupaten Sukoharjo adalah tanggal 7 Mei 1874, yang sebelum itu bernama Kawedanan Larangan. Dengan demikian pada tahun ini (2018) Kabupaten Sukoharjo sudah berusia 144 tahun.

Kabupaten Sukoharjo terdiri atas 12 kecamatan yaitu Kecamatan Baki, Kecamatan Bendosari, Kecamatan Bulu, Kecamatan Gatak, Kecamatan Grogol, Kecamatan Kartasura, Kecamatan Mojolaban, Kecamatan Nguter, Kecamatan Polokarto, Kecamatan Sukoharjo, Kecamatan Tawang Sari dan Kecamatan Weru. Dengan 150 Desa dan 17 Kelurahan, 463 Dukuh, 1.473 Rukun Warga (RW) dan 4.684 Rukun Tetangga (RT). Kecamatan Polokarto merupakan Kecamatan dengan jumlah desa terbanyak yaitu 17 desa dan Kecamatan dengan jumlah desa terkecil adalah Kecamatan Bulu, Kecamatan Tawang Sari dan Kecamatan Kartasura dengan

masing-masing jumlah desa sebanyak 12 desa.

Membicarakan Penanaman Modal tentu tidak terlepas dari Peluang Investasi. Di Kabupaten Sukoharjo sampai akhir bulan Juni tahun 2009 telah terdapat 8 perusahaan dengan status Penanaman Modal Asing (PMA) dengan nilai investasi sebesar US \$ 163.065.735 dan telah menyerap tenaga kerja sebanyak 21.299 orang dan 14 perusahaan status Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dengan nilai investasi sebesar Rp 524.445.000.000,- dan telah menyerap tenaga kerja sebanyak 18.803 orang. Seperti Pemerintah Kabupaten / Kota yang lainnya, Pemerintah Kabupaten Sukoharjo di tahun 2009 juga telah memberikan peluang Investasi kepada Calon Investor. Peluang investasi yang ditawarkan oleh Pemerintah Kabupaten Sukoharjo adalah:

Zona Industri Nguter, yang berada di wilayah Kecamatan Nguter di sebelah selatan kota Sukoharjo. Kawasan tersebut berupa lahan seluas 354 ha yang diperuntukan bagi kegiatan industri, baik industri besar dan menengah yang kegiatannya diutamakan yang berupa padat karya / mampu menyerap tenaga kerja yang banyak. Industri yang diharapkan seperti Industri Sepatu dan Peralatan Olah raga, Industri Karoseri, Industri Pengolahan Kayu, Industri Plastik, Industri Tekstil dan Garmen, Industri Kertas dan Karton. Diharapkan dengan penyediaan Kawasan Industri tersebut akan mampu menyerap tenaga kerja sekitar 50.000 orang. Fasilitas yang telah tersedia adalah berupa jalan beraspal menuju lokasi kawasan tersebut.

Tanah bekas terminal bus Kartasura, berada di wilayah Kecamatan Kartasura yang letaknya sangat strategis di persimpangan tiga jalan utama jurusan Surakarta, Semarang dan Jogjakarta. Lahan tersebut sangat cocok bila dipergunakan sebagai Pusat Jasa Perdagangan Grosir Tekstil dan Elektronik. Lahan yang ditawarkan tersebut seluas 16.669,36 m<sup>2</sup>, kebutuhan investasinya minimal Rp 89.946.750.000

(delapan puluh sembilan milyar sembilan ratus empat puluh enam juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah) dengan Payback Period (PP) selama 4 tahun 2 bulan (8)

Ekonomi kreatif di Kabupaten Sukoharjo sangat beragam. Klasifikasi industri kreatif yang digunakan dalam studi mengikuti klasifikasi industri kreatif yang telah dipetakan dalam Studi Industri Kreatif 2007. Pemetaan industri kreatif terdahulu telah mengklasifikasikan sektor industri kreatif menjadi 14 subsektor industri kreatif. Base study klasifikasi industri kreatif Indonesia ini mengacu pada studi pemetaan industri kreatif yang dilakukan oleh DCMS Inggris, yang disesuaikan dengan KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) tahun 2005 (9). Ke-14 subsektor tersebut adalah: 1. Periklanan; 2. Arsitektur; 3. Pasar dan barang seni; 4. Kerajinan; 5. Desain; 6. Fesyen; 7. Film, Video, Fotografi; 8. Permainan Interaktif; 9. Musik; 10. Seni Pertunjukan; 11. Penerbitan & Percetakan; 12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak; 13. Televisi dan Radio; 14. Riset & Pengembangan.

### 3.3. Pentingnya sektor Perdagangan Bagi Perekonomian Nasional

Sektor perdagangan masih memegang peran penting dalam perekonomian nasional. Dari segi besarnya jumlah tenaga kerja yang mampu ditampung, sektor perdagangan menempati urutan ke dua setelah sektor pertanian yaitu sebesar 22,21 juta orang dari 107,41 juta orang yang bekerja di Indonesia (10). Dari jumlah orang yang bekerja tersebut sebanyak 20,46 juta orang berusaha sendiri dan sebanyak 21,92 juta orang berusaha sendiri dibantu buruh tidak tetap. Bila ditotal sebanyak 42,38 juta orang atau 40% memiliki jiwa pengusaha. Sebagaimana diungkap oleh Wennekers secara statis *entrepreneurship* dapat diartikan sebagai kepemilikan yang merangkap pengelolaan usaha sehingga *entrepreneur* termasuk didalamnya adalah owner manager, usaha kecil dan menengah (*small-medium enterprise*) serta

wirausahawan (*self-employee*) (11). Superioritas sektor perdagangan juga didukung oleh tingginya pertumbuhan sektor ini (bersama restoran dan hotel) terhadap pertumbuhan PDB nasional sebesar 1,6 persen.

Berbekal dukungan kuat sektor perdagangan harusnya menjadikan Sukoharjo sebagai tempat utama bagi pengusaha. Karena tiada perdagangan tanpa pengusaha dan juga sebaliknya. Penguatan sektor perdagangan berarti meneguhkan potensi Sukoharjo sebagai kawasan maju dan atraktif. Sukoharjo dapat belajar dari singapura yang tidak memiliki kekayaan sumber daya alam namun menjadi tempat favorit berbisnis sekaligus bergengsi. Di sisi lain penguatan sektor perdagangan berarti mendukung terbentuknya entrepreneur baru yang memberikan imbas positif bagi perekonomian, terutama pembukaan lahan pekerjaan sehingga secara simultan akan mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Studi entrepreneur sektor perdagangan akan mengurangi bias penelitian yang industrial minded di Indonesia dan menghasilkan implikasi kebijakan yang kongkruen.

### 3.4. Studi Empiris

Di kalangan ekonom barat telah berkembang tema-tema variatif tentang *entrepreneurship studies*. Glaeser, Kerr, & Ponzetto melakukan penelitian kondisi, pengelompokan dan sebab *entrepreneurship* di Amerika (12). Tidak bisa dibantah bahwa meningkatnya jumlah lapangan pekerjaan porsi terbesar disumbang oleh tumbuhnya usaha baru di masyarakat. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara pertumbuhan lapangan pekerjaan dengan berkembangnya usaha skala kecil di masyarakat melalui pembentukan usaha baru (*start-up companies*). Di negara industri seperti Amerika Serikat, pertumbuhan entrepreneur ternyata mengelompok pada kawasan atau daerah-daerah industri (*city-industries*)

dengan berdirinya banyak usaha kecil. Pertumbuhan entrepreneurship juga dipengaruhi oleh rendahnya biaya ekonomi suatu daerah (*low cost of economy*) termasuk tingkat upah yang rendah, iklim usaha yang mendukung, serta supply entrepreneur yang besar. Pertumbuhan usaha kecil tidak dipengaruhi secara kuat oleh industrialisasi yang ada, siklus produk (*product cycles*) dan usia berdirinya perusahaan. Penelitian ini juga menolak anggapan selama ini bahwa berdirinya usaha baru dipengaruhi oleh tingginya imbal hasil produksi (*abnormal return to production*) sehingga mendorong orang untuk mendirikan usaha baru.

Pengamatan lebih mendetail menunjukkan bahwa ketahanan kinerja entrepreneurship akan teruji secara alamiah oleh lingkungan bisnis dengan seleksi terhadap daya tahan keberlanjutan (*going concern*) perusahaan. Gompers, Kovner, Lerner, & Scharfstein memberikan bukti track record *entrepreneur* akan sangat menentukan keberhasilan berikutnya (ekspansi) serta ketahanan perusahaannya (13). Entrepreneur dengan rekam jejak sukses cenderung akan menuai kesuksesan berikutnya dibanding entrepreneur pertama kali dan mereka yang pernah gagal sebelumnya. Ini sekaligus membuktikan jargon 'success breeding success' adalah benar adanya seperti kondisi faktual di lapangan. Hanya saja Gompers, Kovner, Lerner, & Scharfstein mengecualikan *outlier* berupa *entrepreneur* yang sangat suksse dan yang sangat gagal (13). Mereka yang sangat sukses cenderung merasa puas sehingga tidak melakukan inovasi dan ekspansi. Sedangkan mereka yang sangat gagal cenderung tidak mampu bangkit karena pukulan yang terlalu berat. Penelitian ini juga menjawab kebimbangan faktor penentu keberhasilan entrepreneurship apakah karena skill-based ataukah perception-based. Dua faktor utama pembentuk keberhasilan adalah marketing timing

skill dan entrepreneur's management. Terbukti bahwa kesuksesan entrepreneurship lebih disebabkan karena faktor keahlian dalam menentukan jenis industri yang dimasuki dan timing yang tepat untuk mengawali bisnis dibanding sekedar 'keberuntungan' dari beberapa anggapan (persepsi).

Penelitian tentang hubungan antara aglomerasi ekonomi dan pembentukan usaha baru dilakukan Oort & Stam terdapat beberapa permasalahan yang diteliti yaitu apakah faktor aglomerasi mempengaruhi keberadaan perusahaan yang telah ada dan perusahaan baru serta bagaimanakah konfigurasi ideal wilayah yang dapat mengakomodir berkembangnya perusahaan dan tumbuhnya perusahaan baru (2). Hasil penelitian di Belanda pada industri teknologi komunikasi menghasilkan beberapa kesimpulan. Temuan pertama menunjukkan bahwa dibandingkan perusahaan yang baru berdiri, perusahaan lama ternyata tidak terpengaruh secara positif oleh kompetisi yang ada dalam wilayah yang mengelompok. Kedua, bentuk wilayah yang terkonsentrasi penduduk (*urbanisasi*) memiliki dampak pengaruh yang berbeda-beda terhadap perkembangan perusahaan dan munculnya usaha baru pada berbagai skala. Ketiga, aglomerasi memiliki dampak yang sangat kuat terhadap munculnya perusahaan baru sedangkan perusahaan lama (*incumbent firms*) memiliki orientasi pengembangan wilayah yang lebih luas.

Terdapat pula riset entrepreneurship yang mengambil setting dalam negeri. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Christmas yang mengambil kasus pada industri manufaktur di Jawa Timur tentang hubungan antara pertumbuhan perekonomian dan tingkat entrepreneurship. Christmas berhasil membuktikan bahwa entrepreneurship berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pertumbuhan ekonomi terutama sektor manufaktur yang menjadi pengamatan melalui mekanisme start-up companies, disamping faktor lain berupa input modal, tenaga kerja serta kualitas

Sumber Daya Manusia (5). Hasil ini sejalan dengan teori Schumpeter bahwa pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh *entrepreneurship* dan hasil penelitian Wang, Zhining, & Zheng yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak hanya sekedar bergantung pada investasi modal tetapi juga dipengaruhi inovasi dan cara baru berproduksi yang tentu saja didapatkan dari *entrepreneur* baru (14). Jika diamati lebih detail, kebanyakan penelitian tersebut mengambil setting sektor industri sehingga studi tentang *entrepreneurship* di sektor lain menjadi sangat terbuka luas untuk eksplorasi. Tentu saja dikaitkan dengan konfigurasi perekonomian lokal agar tercipta kesesuaian fakta dan kebutuhan pengembangan. Tidak sekedar studi dengan tema-tema yang copy paste dari negara industri maju dan cenderung dipaksakan atau terpaksa karena keterbatasan data.

#### 4. KESIMPULAN

Ekonomi kreatif di Kabupaten Sukoharjo berpotensi untuk meningkatkan Produk Domestik Bruto Daerah. Selain itu, penelitian ini menemukan peraturan pemerintah daerah dan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif di Kabupaten Sukoharjo. Selain itu, studi empiris tentang strategi untuk meningkatkan ekonomi kreatif juga ditemukan. Hasil penelitian ini perlu dioptimalkan untuk merekomendasikan sorotan pada ekonomi kreatif terhadap produk unggulan.

#### REFERENSI

1. Ashworth GJ, Kavaratzis M. Beyond the Logo: Brand Management for Cities. *J Brand Manag.* 2009;16(8):520–31.
2. Oort FG, Stam E. Agglomeration Economies and Entrepreneurship in the ICT Industry. *ERIM Rep Ser Ref.* 2006;
3. Aggarwal AK. Rural Entrepreneurship Development Ecosystem An Emerging Paradigm of Rural Socio-Economic Development. *SSRN Electron J.* 2018;
4. Audretsch D TR. A Model of the Entrepreneurial Economy. Jena, Ger Max Planck Inst Res into Econ Syst Gr *Entrep Growth Public Policy.* 2004;
5. Christmas E. Entrepreneurship Capital dan Pertumbuhan Manufaktur Regional Studi Empiris Provinsi Jawa Timur Tahun 2000-2005. 2009.
6. Barringer B, Jones F. Achieving rapid growth: revisiting the managerial capacity problem. *J Dev Entrep.* 2004;
7. Charles Brown JM. The Employer Size Wage Effect. 1989;
8. Sukoharjo.kab.go.id.
9. Statistik BP. Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 57 Tahun 2009 Tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia. 2009.
10. Statistik BP. Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi. 2010.
11. Wennekers ARM. Entrepreneurship at Country Level: Economic and Non-Economic Determinants. *Entrepreneurship & Regional Development.* An Int J. 2006;
12. Glaeser, E. L., Kerr, W. R., & Ponzetto GA. Cluster of Entrepreneurship. *Harvard Bus Sch Work Pap.* 2009;10:19.
13. Gompers PA, Kovner A, Lerner J, Scharfstein D. Venture Capital Investment Cycles: The Impact of Public Markets. *J financ econ.* 2008;1–23.
14. Wang J, Zhining H, Zheng J. Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: The Case of Yangtze River Delta in China. 2008;