



PERAN GENERASI MILENIAL DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF SEBAGAI UPAYA PENANGGULANGAN KEMISKINAN DI KOTA BENGKULU

Veny Puspita Fauzan Deni Triyanto

Abstract. *In this paper, we propose a solution to reduce poverty in Bengkulu City through the role of the millennial generation in development of creative industry. This research uses a qualitative descriptive method that directly points to the potential of the millennial generation in developing creative industries. The data sources of this research consisted of secondary data and primary data. Secondary data were obtained from agencies or institutions, both formal and informal. While the primary data is obtained from Participatory Rural Appraisal (PRA) approach with observation data collection techniques, interviews, focus group discussions (FGD) and brainstorming. The results showed that the role of the millennial generation in developing creative industries such as product development, prices, places, promotions and resources has the potential to rapidly grow and develop as an effort to reduce poverty in Bengkulu City. This study is expected to become a reference for the government in overcoming poverty in Bengkulu City and making the creative industry a leading sector in Bengkulu City.*

Keywords : *Millennial generation, Creative industry, Poverty*

©2020 Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH.

PENDAHULUAN

Kemiskinan dipahami sebagai fenomena ekonomi, yang mengacu pada situasi yang Individu atau keluarga tidak bisa mencapai standar pendapatan hidup diterima secara sosial. Kemiskinan merupakan masalah besar megambat kemajuan masyarakat dunia yang harus segera diselesaikan. Permasalahan kemiskinan yang cukup kompleks membutuhkan intervensi dari semua pihak secara bersama dan terkoordinasi hal ini disebabkan karena penanganan masalah kemiskinan ini cenderung parsial dan tidak berkelanjutan. Peran dunia usaha dan masyarakat pada umumnya belum terasa maksimal. Kemiskinan merupakan hal yang kompleks dan harus segera diselesaikan karena kemiskinan ini menyangkut berbagai aspek sendi kehidupan. Kemiskinan juga dapat melibatkan berbagai tantangan lain diluar ekonomi termasuk kemampuan perampasan, marginalisasi, diskriminasi, dan kesehatan yang buruk (Amoros dan Cristi, 2011)

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Kota Bengkulu merupakan salah satu kota dengan tingkat kemiskinan tertinggi di Indonesia dan peringkat ke dua di Pulau

Veny Puspita(✉)

Fakultas Ekonomi Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH. Bengkulu

Email : venyuspita2288@gmail.com

Fauzan

Fakultas Ekonomi Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH. Bengkulu

Deni Triyanto

Fakultas ISIPOL Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH. Bengkulu

Sumatra dengan pendapatan masyarakat masih mengandalkan sector pertanian, perkebunan, dan hasil laut sementara sktor ekonomi kreatif yang dirasa menjanjikan belum menjadi sektor unggulan di Kota Bengkulu sehingga belum dapat mereduksi masalah kemiskinan di Kota Bengkulu

Selama ini kebijakan dan pengentasan kemiskinan sudah banyak dilakukan oleh pemerintah baik dipemerintah pusat maupun pemerintah daerah, namun program tersebut belum mampu mendorong kemandirian masyarakat di Kota Bengkulu. Untuk mendorong tingkat kesejahteraan di Kota Bengkulu, perlu melakukan berbagai kebijakan seperti pengembangan produk industry kreatif melalui peran generasi milenial.

Peran Sumber daya manusia merupakan factor penting dalam pembentukan kreatif local di Kota Bengkulu. Menurut data dari Badan Pusat Statistik jumlah generasi milenial ini 55 % dari jumlah penduduk di Kota Bengkulu, ini artinya generasi dengan umur 40-19 tahun ini akan menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat Kota Bengkulu. Disini peran generasi milenial sangat penting dalam mereduksi kemiskinan yang terjadi di kota Bengkulu

Keberadaan generasi milenial, menyebabkan perubahan perilaku pelaku industry Ekonomi Kreatif. Generasi yang mandiri, kreatif dan memiliki integritas dengan usaha kreatifnya akan mampu menghasilkan produk kreatif yang berharga. Industry kreatif akan menjadi ajang bagi generasi milenial untuk berekspresi, industry kreatif merupakan sector yang besar dalam penyerapan tenaga kerja serta mampu melahirkan ide kreatif dan mampu mengembangkan ide tersebut dalam berbagai usaha ekonomi kreatif khususnya di Kota Bengkulu.

Pelaku industry Ekonomi kreatif sekarang harus berlomba memikirkan bagaimana mengembangkan produk kreatif dengan konsep kekinian dan mengembangkan keragaman ekonomi kreatif guna meningkatkan daya saing global. Industry kreatif dapat menjadi sector pendukung perekonomian di Kota Bengkulu sehingga dapat menekan angka kemiskinan.

Secara umum kegiatan penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi menurunkan angka kemiskinan di Kota Bengkulu melalui peran generasi milenial dalam pengembangan industry kreatif. Sedangkan tujuan khusus dalam kegiatan penelitian ini adalah sebagai sebuah upaya menemukan dan memetakan kawasan ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh generasi milenial di Kota Bengkulu. Harapannya adalah dokumen ini dapat bermanfaat dalam penyusunan strategi pengentasan kemiskinan di Kota Bengkulu dan menjadikan industri kreatif sebagai sector unggulan di Kota Bengkulu melalui peran generasi millennial.

LANDASAN TEORI

1. Kemiskinan

Kemiskinan selalu menjadi masalah besar kemajuan masyarakat dunia. Agenda Pembangunan PBB 2030 memiliki tujuan pembangunan berkelanjutan yang salah satunya membahas untuk mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuknya. Penelitian Kemiskinan memiliki sejarah panjang, namun masih ada kurangnya konsisten Definisi kemiskinan. Kemiskinan awalnya dipahami sebagai fenomena ekonomi, yang Mengacu situasi yang Individu atau keluarga' tidak dapat mencapai pendapatan standar hidup yang diterima secara sosial.



Definisi operasional kemiskinan, merefleksikan pada manfaat berusaha untuk mendamaikan ekonomi (kuantitatif) dan antropologis (kualitatif) pendekatan analitis. menggambar pada bukti rinci kemiskinan sepanjang tiga sumbu utama: yaitu bentuk realitas social, epistemologi; dan etiologi kemiskinan diproduksi (Jones Sam and Inge Tvedten, 2019). Kemiskinan digambarkan dengan keadaan yang memperlihatkan individu berada pada kondisi yang sangat kekurangan dan masih jauh dari kata sejahtera.

Dimensi yang berbeda mengenai kesejahteraan memberikan pendapat yang berada dimana kemiskinan tersebut dapat di ukur dan diamati. Dimensi *resources* mengartikan bahwa kemiskinan memperlihatkan keadaan dimana ketidakmampuan sebuah individu atau keluarga untuk menggunakan sumberdaya yang cukup layak dalam pemenuhan kebutuhan dasar kehidupannya. Barrientos (2010).

Kemiskinan merupakan sebuah keadaan dimana ketika individu tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik atau bermartabat dari sebelumnya. Kompleksitas kemiskinan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Adapun faktor-faktor dimaksud antara lain: pendidikan, kesehatan, kondisi geografis wilayah, dan tingkat pendapatan. (Maria, Mulyadi : 2020).

2. Industri Kreatif

Departement for culture, media and sport (DCMS) pemerintah United Kingdom mengartikan ekonomi kreatif sebagai “as those industries which their origin in individual creativity, skill, and talent, and which have a potensial for wealt and job creation through the generation and exploration of intellectual property and content” (Saksono, 2012).

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia Industri Kreatif merupakan Indutri yang bersumber dari hal-hal yang memanfaatkan kereatifitas, keterampilan serta bakat seseorang guna menghasilkan pendapatan untuk kesejahteraan serta menciptakan sebuah lapangan pekerjaan guna menghasilkan serta memanfaatkan sebuah kreasi, seni daya cipta individu tersebut.

Adapun sub sector Produk Industri Kreatif seperti : kuliner periklanan, seni, arsitektur, pasar barang seni, pertunjukan, kerajinan tangan, percetakan dan penerbitan, trand fashion, penelitian dan pengembangan, music, permainan interaktif, radio, televisi, video, desain, filem fotografi , layanan computer dan piranti lunak.

Alasannya Pengembangan Industri Kreatif yaitu (Moelyono: 2010) :

(1) **Masukan dari sektor Ekonomi** seperti : **(a) Perluasan kesempatan kerja**, sub sektor kerajinan tangan seperti industry furniture, batik, ayaman, gerabah dan sebagainya yang memiliki daya serap tenaga kerja yang tinggi dengan skill yang mampu di kuasai oleh seluruh lapisan masyarakat. **(b) pemasukan Produk Domestik Bruto (PDB)** industry kreatif ini akan mampu memberikan sumbangan pemasukan PDB nasional secara relevan dan signifikan. **(c) Ekspor sumber**, potensi daya insani sektor industry kreatif yang terus di kembangkan memberikan kesempatan Indonesia untuk mampu bersaing mengeksport produk-produk industry kreatif .

(2) **Iklm Bisnis** seperti : **(a) Membuka Lapangan Pekerjaan** perkembangan industry kreatif lebih dominan terjadi pada sektor jasa. Di beberapa Negara menunjukkan bahwasanya sektor ini mengalami peningkatan yang signifikan yang pada akhirnya akan meningkatkan perkembangan sektor jasa. Hal ini yang menyebabkan perhatian kuhus bagi pemerintah Indonesia untuk mengembangkan



sektor industry kreatif dengan memberikan kebijakan-kebijakan yang mendukung perkembangannya. **(b) Dampak Bagi Sektor lain**, tumbuhnya kreatifitas dalam pengembangan industry kreatif menimbulkan dampak kemajuan iklim bisnis yang kompetitif, fenomena ini muncul karena kreatifitas merupakan suatu keinginan untuk menciptakan yang unik, baru bahkan berbeda,. Seluruh unsure dari industry ini membutuhkan tambahan kreatifitas di dalamnya, keberadaan industry kreatif nyata memberikan dampak terhadap pembangunan pada sektor-sektor yang lain. **(c). Strategi Pemasaran** bidang ilmu yang bersumber dari sebuah kreatifitas seperti desain memberikan *feedback* langsung dengan ilmu marketing seperti, periklanan, promosi, pencitraan, *brand* yang akan mampu mengolah *strategi marketing* dengan pendekatan emosional konsumen.

(3). Pencitraan dan Identitas Bangsa, bukan hanya sektor *torism* yang berperan dalam menciptakan citra sebuah Negara. Kualitas dari barang maupun jasa, dayatarik destinasi, peluang investasi, kebijakan politik luar negeri yang dinilai konduseif harus terbentuk dalam satu citra sebagai identitas sebuah Negara.

(4). Inovasi dan Kreativitas seperti **(a). Ide dan Gagasan**, munculnya sebuah ide atau gagasan yang unik dalam memproduksi sebuah produk akan memberikan suatu yang berbeda dari produk yang lain sehingga akan menghalangi orang lain menggunakan ide gagasan tersebut. Ide atau gagasan yang unik itu dapat di daftarkan sebagai hak cipta atau hak paten dari sebuah produk, baik berupa merek ataupun desain.. **(b). Penciptaan Nilai**, muncul dan berkembangnya sebuah inovasi sering dikaitkan dengan penguasaan teknologi yang baik merupakan paradigm yang lama. Paradigm yang baru sekarang mengatakan bahwasanya perkembangan inovasi bisa juga tidak dari teknologinya namun dari penciptaan nilai-nilai baru.

3. Generasi milenial

Millennial merupakan istilah cohort dalam demografi, yaitu kata benda yang berarti *follower* atau kelompok. Menurut Absher dan Amidjaya bahwa generasi millennial merupakan generasi yang lahirnya berkisar antara 1982 sampai dengan 2002, selisih yang tidak terlalu signifikan (Ali, Lilik Purwandi, 2017)

Generasi Y merupakan sebutan untuk generasi millennial. Pendeskripsian generasi Y dimulai digunakan pada editorial pada koran besar Amerika Serikat pada bulan Agustus tahun 1993. Diketahui bahwasanya generasi milenial ini banyak menggunakan teknologi instan sebagai sarana berkomunikasi dan berekspresi seperti email, SMS, Media social facebook, instagram, youtube, twitter dengan istilah lainnya generasi Y ialah generasi yang tumbuh pada masa internet *booming*. Yang menjadi cirri dari generasi Y adalah karakteristik dari setiap individu yang berbeda tergantung dengan dimana dia dibesarkan, keluarga, strata ekonomi, social serta pendidikan, pola komunikasi generasi ini sangat terbuka di bandingkan oleh generasi sebelumnya, memakai media social yang lebih dominan dan kehidupannya tergantung dengan teknologi, lebih *open* dengan pandangan politik maupun ekonomi, sehingga menyebabkan mereka terlihat lebih reaktif terhadap *change* yang terjadi disekelilingnya serta memiliki perhatian lebih terhadap kekayaan ataupun profit. (Yanuar, 2016)

Generasi milenial adalah generasi yang cenderung memiliki gagasan, ide, aspirasi, metode tersendiri atau yang disebut dengan inovator ini dikatenakan generasi milenial lebih cenderung belajar, mencari dan menggali informasi bahkan bekerja di dalam lingkungan yang selalu mengandalkan teknologidalam melakukan setiap perubahan



yang terjadi didalam sendi-sendi kehidupannya. (Endang Fatmawati, 2010) Masyarakat Urban *Middle-Class Millennial* mempunyai tiga karakter pokok, yaitu 3C; Creative, *connected*, dan *Confidence*. Pertama, *connected*. Menggambarkan bahwasanya generasi millennial ini memiliki pribadi yang pandai bersosialisasi baik didalam berbagai komunitas ataupun di dalam social media. Kedua Kreatif, Generasi milenial ini adalah generasi yang mampu berfikir secara *out the box*, banyak memiliki ide serta gagasan serta dapat mengkomunikasikan secara baik dan di buktikan dengan kemunculan industry yang di polori oleh oleh generasi muda. Ketiga, *Confidance*, merupakan orang-orang yang memiliki rasa percaya diri , tidak ragu untuk berargumentasi di muka umum, berani menyampaikan pendapat, seperti yang terjadi di dalam social media, Ali, Lilik Purwandi, 2017)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang langsung mengarah pada potensi dari para generasi milenial yang mengembangkan industry kreatif. melalui pendekatan ini dapat diketahui potensi yang potensial dari sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh generasi milenial di Kota Bengkulu sehingga dapat dibentuk strategi penanggulangan kemiskinan di Kota Bengkulu. Perubahan yang diamati dalam penelitian ini yaitu: (1) Menyelidiki kapasitas dan peran dari generasi milenial dalam pengembangan industry kreatif guna penanggulangan kemiskinan di Kota Bengkulu. (2) Mengembangkan strategi penanggulangan kemiskinan Kota Bengkulu melalui peran generasi milenial dalam mengembangkan industry kreatif di Kota Bengkulu. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan teknik observasi, wawancara, FGD (Focus Group Discussion) dan Brain-storming analisis data dilakukan secara bersama-sama melalui sebuah proses pengumpulan data (*on going analysis*) dengan menggunakan teknik analisis data yang berlaku dalam penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survey dilapangan diketahui bahwa pada masa sekarang ini generasi milenial mulai mendominasi dan menguasai bisnis kreatif di Kota Bengkulu, dengan rataan hampir 80% dari 707 macam industri kreatif yang ada, karena para pelaku pegembang industry kreatif ini rata-rata dalam usia 20 sampai 40 tahun. Suatu negara akan menjadimakmur apabila mempunyai enterpreuner setidaknya 2% dari total penduduk. (Rohman, 2020)

Keberhasilan dalam mengembangkan industry kreatif didukung erat oleh peran pelaku usaha. Menurut badan Pusat Statistik jumlah penduduk kota Bengkulu usia 19-40 tahun ini mencapai 55% dari jumlah penduduk di kota Bengkulu (Kota Bengkulu dalam Angka 2017) ini artinya bahwa di Kota Bengkulu memiliki kelebihan dari sisi demografi yang dapat di ukur dari jumlah usia angkatan kerja. Menguraikan usia yang memiliki kapasitas yang besar dalam menjalankan usahanya secara tidak langsung tertuju pada generasi millennial yang lahir setelah tahun 1980 hingga tahun (Parimita,2020).

Kelompok dari kalangan milenial ini mempunyai kelebihan mudah memperoleh informasi serta menciptakan peluang kerja, tetapi kelompok ini dalam menjalankan usahanya wajib mengikuti kemampuan menganalisis usaha (García, 2019). Selain itu. kreatifitas diperlukan untuk membuat inovasi yang mampu memberikan nilai daya saing. Kesiapan generasi milenial dalam berwirausaha bisa dilihat dari keterampilan dan



alat-alat yang digunakan dalam berbagai pandangan melalui peruser belajar, berlatih dan mengembangkan perilaku. Selain itu, generasi milenial juga mempunyai keberanian yang bersifat implusif dalam mengambil keputusan untuk memulai usaha.

Sisi lain faktor peka terhadap perubahan teknologi dan informasi, yang kritis dan cerdas terhadap industri usaha dan selalu tertantang untuk menghasilkan produk/ jasa yang sesuai dengan permintaan pasar yang cenderung berubah-ubah dan cepat. (Graham, 2016) Selain itu, generasi milenial ini tidak mudah terpengaruh dengan iklan karena lebih cenderung berdasarkan informasi pengalaman dari keluarga, teman dan lingkungan.

Berdasarkan hasil survey dilapangan peranan generasi milenial dalam mengembangkan industry kreatif di kota Bengkulu dapat dilihat dari sisi:

1. Produk

Bagian utama yang ditawarkan oleh generasi milenial untuk mengembangkan industri kreatif adalah produknya itu sendiri. Produk merupakan segala sesuatu yang berupa barang ataupun jasa yang dapat ditawarkan kepasar agar mendapatkan perhatian sehingga dapat digunakan dibeli dan di konsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan (Kotler, 2012)

Berikut ini atribut yang melekat dan melengkapi produk yang dikembangkan oleh generasi milenial seperti : (1) merek (branding), hampir 85 % industry kreatif yang di kembangkan oleh generasi milenial di kota Bengkulu memiliki brand atau merek mereka sendiri. Merek yang melekat pada produk mereka menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Dengan adanya merek mereka lebih mudah dalam memasarkan produk hasil pengembangan industry kreatif sehingga menjadi pembeda produk mereka dengan produk yang lain. Generasi ini lebih berani menggunakan merek mereka sendiri dan mengembangkan citra merek mereka dari pada menggunakan merek dari orang lain; (2) Pengemasan (packing) proses pengemasan ini yang menjadi ciri khas pembeda industri kreatif yang di kembangkan oleh generasi milenial dengan UKM lainnya. Hal ini disebabkan konsumen milenial dari industri ini lebih mengutamakan pacaking yang menarik sehingga tidak jarang mereka update di dalam sosial media mereka. Menurut informasi dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Bengkulu salah satu penyebab UKM di Kota Bengkulu masih tertinggal karena packing yang kurang menarik. Walaupun kualitas produknya baik tetapi tidak didukung dengan packing yang baik maka akan sulit di terima oleh konsumen khususnya dari kalangan milenial. Tetapi berbeda dengan produk olahan kalum milenial ini, di tangan mereka produk memiliki pacaking yang mampu bersaing di pangsa pasar baik sekala lokal, regional maupun nasional; dan (3) kualitas Produk (Product Quality). Perilaku dalam kewirausahaan berkaitan dengan faktor kualitas produk industry kreatif di kota Bengkulu yang dihasilkan oleh generasi milenial tidak kalah dengan produk-produk lainnya.

Generasi milenial di kota Bengkulu yang mengembangkan industry kreatif lebih memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi dan lebih inovatif dengan memperhatikan atribut produk tersebut. Dalam megembangkan setiap produk cenderung memanfaatkan momentum perubahan global dan disrupsi atau melakukan inovasi dan merubah sistem lama dengan sistem yang baru dalam mengembangkan setiap produk industry kreatif yang mereka kembangkan.

Kreatifitas yang muncul dari generasi milenial ini muncul dari ilmu pengetahuan, teknologi, inovasi dan teknologi. Produk yang dikembangkan oleh generasi



milenial di Kota Bengkulu hasilkan dan disajikan lebih kekinian mengikuti selera dari konsumen millennial dengan merek pengemasan dan kualitas yang baik.

2. Harga

Harha merupakan sebuah atribut nilai yang terdapat didalam sebuah barang dan memungkinkan barang tersebut bisa memenuhi sebuah keinginan, kebutuhan serta mampu memberikan kepuasan kepada konsumen (Benigno, 2009) Harga dari setiap hasil olahan industry kreatif dari generasi milenial mengikuti masih tergolong menengah ke bawah. Mereka mampu menciptakan produk yang berkualitas dengan inovasi yang tinggi dengan harga yang relatif fleksibel dan kompetitif. Hal ini disebabkan bahan baku dari olahan produknya banyak dari daerah- daerah yang ada di sekitar kota Bengkulu.

3. Tempat

Dalam menjalankan usahanya kaum nimenial di kota Bengkulu tidak menjadikan tempat sebagai faktor utama lagi, mereka lebih memfokuskan produk usahanya yang berkualitas sehingga tidak heran saat melakukan pendataan industry kreatif di kota Bengkulu sudah banyak yang berada jalan-jalan gang atau perumahan.

4. Promosi

Berdasarkan hasil survey dilapangan aktivitas promosi kaum milenial di Kota Bengkulu yang mengembangkan industry kreatif masih sangat dipengaruhi oleh dunia digital dan teknologi. Dalam mengembangkan industry kreatif generasi ini paling cepat belajar, kelompok usia ini memiliki potensi pasar serta potensi wirausaha yang sangat besar. Kelompok generasi millennial ini adalah generasi yang paling mudah untuk beradaptasi dan belajar dengan berbagai bentuk perubahan teknologi digital. Perubahan teknologi yang terjadi sekarang memberikan peluang bagi generasi milenial khususnya yang berada di Kota Bengkulu untuk dapat memulai bisnis dan megembangkan dengan berbasis teknologi digital. Kemampuan generasi milenial dalam menggunakan media sosialpun menjadi sebuah ptensi yang baik dalam memulai sebuah usaha.

Generasi milenial ini cenderung lebih terbuka terhadap perubahan teknologi dan informasi Promosi yang dilakukan oleh generasi milenial dalam mengembangkan industry kreatifnya melalui promosi pada media social. Generasi milenial ini biasanya memanfaatkan promosi jenis ini karena melalui media sosial memiliki jangkauan yang luas baik secara geografis. Dalam mempermosikan usahanya mereka cenderung menjadi influencer.Hal ini yang menyebabkan bisnis mereka kian berkembang.

5. Sumber daya

Generai milenial merupakan sumber daya yang paling potensial dalam mengembangkan industry kreatif. Ciri sumber daya dari kelompok ini seperti memiliki kecenderungan mudah bosan dengan apa yang mereka beli dengan perinsip mereka “*no gadget no life*”; dalam melakukan pembayaran cendrung non tunai.; Menyukai hal-hal yang serba instan dan cepat; lebih menyukai pengalaman dibandingkan dengan asset; Mempunyai prilaku-prilaku yang berbeda dengan klompok yang lain; Pandai *multitasking*; Peka dan kritis terhadap fenomena social; suka berbagi informasi ke social media. Dengan inovasi dan kreatifitas yang generasi milenial miliki, peluang besar untuk menanggapi perubahan dan perkembangan industry kreatif. Jumlah generasi milenial di Kota Bengkulu 55% dari jumlah penduduk di Kota Bengkulu (Kota Bengkulu dalam Angka : 2017), ini artinya generasi dengan umur 19-40 tahun bisa menjadi penggerak perekonomian masyarakat Kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil survey dilapangan, pengembangan industry kreatif dari generasi milenial memiliki potensi untuk cepat tumbuh dan berkembang. Keberadaan industry kreatif dari generasi milenial sangat diperlukan untuk meningkatkan pertumbuhan



ekonomi di Kota Bengkulu karena kontribusi riil dari sektor industri kreatif ini akan mampu menjadi sebuah model dalam upaya mereduksi kemiskinan di kota Bengkulu sekaligus mengurangi angka kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan.

A. Strategi penanggulangan kemiskinan Kota Bengkulu melalui peran generasi milenial dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Bengkulu.

Program Prioritas Pemerintah Kota Bengkulu yang pertama adalah pengentasan kemiskinan dan meretas ketertinggalan yang tertuang dalam rencana pengembangan jangka menengah daerah (RPJMD) 2019-2023. Menurut undang-undang nomor 24 Tahun 2019 Ekonomi kreatif untuk mendorong seluruh aspek ekonomi kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat Indonesia, dan perubahan lingkungan perekonomian global; menyejahterakan rakyat Indonesia dan meningkatkan pendapatan negara; menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berdaya saing global; menciptakan kesempatan kerja baru yang berpihak pada nilai seni dan budaya bangsa Indonesia serta sumber daya ekonomi lokal; mengoptimalkan potensi Pelaku Ekonomi Kreatif; melindungi hasil kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif; dan mengarusutamakan Ekonomi Kreatif dalam Rencana Pembangunan Nasional.

Sejalan dengan hal tersebut diatas strategi penanggulangan dimaksudkan untuk meningkatkan peran para generasi milenial di Kota Bengkulu untuk mengembangkan industri kreatif sehingga mengurangi angka pengangguran di Kota Bengkulu dan menekan angka kemiskinan di Kota Bengkulu. Pengentasan kemiskinan melalui peran generasi milenial dalam mengembangkan industri kreatif memiliki potensi yang cukup baik, strategi ini mengarah pada *socio entrepreneur*, dengan mencari tujuan dalam mereduksi kemiskinan dengan menimbulkan semangat berwirausaha, berbisnis dan memiliki keberanian untuk berinovasi.

Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data dari responden. Pernyataan kuesioner terdiri dari berbagai indikator yang terdapat dalam lingkungan internal dan lingkungan external. Hasil wawancara yang telah dilakukan dari para informan terdiri dari 85 sampel potensial dengan teknik slovin.

Pernyataan kuesioner terdiri dari data yang terdapat didalam lingkungan internal dan lingkungan external. Seperti pada Tabel 1 berikut ini:



Tabel 1 Indikator Lingkungan Internal dan Lingkungan External

Factor Internal	Factor External
Indikator kekuatan: <ul style="list-style-type: none"> • Organisasi • Manajemen Sumber Daya • Pengembangan Produk • Kreativitas • Keberagaman produk 	Indikator peluang : <ul style="list-style-type: none"> • Gaya Hidup • Teknologi • Pendapatan konsumen • Kerjasama • Kebijakan pemerintah
Indikator kelemahan: <ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman • Keuangan • Modal • Konsistensi • Umur 	Indikator Ancaman: <ul style="list-style-type: none"> • Ekonomi • Tidak ada Event • Politik • Pesaing • Pasar bebas.

Tabel 2 jumlah skor penilaian indikator faktor internal kekuatan (X1)

Indikator		Pernyataan	Nilai Bobot (NB)	Nilai Rating (NR)	Skor NB x NR)
Organisasi	X1	Kemampuan organisasi untuk mengembangkan usaha	0.3	4	1,2*
Manajemen Sumber Daya	X2	Kemampuan untuk mengelola manajemen usaha	0.3	4	1.2*
Pengembangan Produk	X3	Munculnya semangat mengembangkan setiap produk yang dihasilkan	0.2	3	0.6
Kreativitas	X4	Produk memiliki nilai kreatifitas yang tinggi	0.1	2	0.2
Keberagaman produk	X5	Adanya keberagaman produk yang berkualitas ditawarkan di pasar	0.1	3	0.3
Jumlah			1.00		3.5

Berdasarkan hasil dari analisis faktor internal indikator kekuatan diatas maka dapat diketahui hasil skornya. Pada Tabel 2 diatas faktor kekuatan (S) mempunyai skor 3,5. Potensi yang cukup besar terdapat pada indikator organisasi (kemampuan organisasi untuk mengembangkan usaha) dan indikator manajemen sumber daya (kemampuan untuk mengelola manajemen usaha) dengan skor 1,2 (Tabel 2).

Tabel 3 jumlah skor penilaian indikator faktor internal kelemahan (X2)

Indikator		Pernyataan	Nilai Bobot (NB)	Nilai Rating (NR)	Skor NB x NR)
Pengalaman	X6	Masih kurangnya pengalaman menjalankan usaha	0.1	2	0.2
Keuangan	X7	Kondisi keuangan yang belum stabil	0.1	3	0.3
Modal	X8	Keterbatasan modal usaha	0.3	3	0.9*
Konsistensi	X9	Kurang konsisten dan mudah bosan	0.4	4	1.2*
Umur	X10	Umur industry kreatif bisa bertahan lama	0.1	2	0.2
Jumlah			1.00		2.8



Berdasarkan hasil dari analisis faktor internal indikator kelemahan diatas maka dapat diketahui hasil skornya. Pada Tabel 3 diatas faktor kelemahan (W) mempunyai skor 2,8. Potensi yang cukup besar terdapat pada indikator modal (Keterbatasan modal usaha) dengan skor 0,9 dan indikator konsistensi (Kurang konsisten dan mudah bosan) dengan skor 1,2 (Tabel 3).

Tabel 4 jumlah skor penilaian indikator faktor external peluang (X3)

Indikator		Pernyataan	Nilai Bobot (NB)	Nilai Rating (NR)	Skor NB x NR)
Gaya Hidup	X11	Gaya hidup kaum milenial yang serba instan dan gemar mengupdate social media	0.1	2	0.2
Teknologi	X12	Kemajuann teknologi yang memudahkan kegiatan	0.1	2	0.2
Pendapatan konsumen	X13	Tingginya daya beli mesyarakat terhadap hasil produk	0.2	3	0.6
Kerjasama	X14	Adanya kerjasama antar mitra sehingga mempermudah proses produksi hingga pemasaran	0.3	4	1.2*
Kebijakan pemerintah	X15	Kebijakan pemerintah yang memudahkan pengembangan industry kreatif	0.3	3	0.9*
Jumlah			1.00		3.1

Berdasarkan hasil dari analisis faktor eksternal indikator peluang diatas maka dapat diketahui hasil skornya. Pada Tabel 4 diatas faktor peluang (O) mempunyai skor 3,1. Potensi yang cukup besar terdapat pada indikator kerjasama (adanya kerjasama antar mitra sehingga mempermudah proses produksi hingga pemasaran) dengan skor 1,2 dan indikator kebijakan pemerintah (kebijakan pemerintah yang memudahkan pengembangan industry kreatif) dengan skor 0,9 (Tabel 4).

Tabel 5 jumlah skor penilaian indikator faktor external Ancaman (X4)

Indikator		Pernyataan	Nilai Bobot (NB)	Nilai Rating (NR)	Skor NB x NR)
Ekonomi	X16	Adanya tingkat inflansi yang tinggi di Kota Bengkulu	0.2	3	0.6
Tidak ada Event	X17	Tidak ada event yang di sebabkan adanya isu kesehatan “virus corona”	0.3	3	0.9*
Politik	X18	Adanya pergantian kepala daerah yang menyebabkan perubahan kebijakan hukum pemerintah dalam rangka melindungi industry kreatif	0.2	2	0.4
Pesaing	X19	Munculnya pesaing produk yang serupa dengan harga yang kompetitif	0.2	3	0.6
Pasar bebas.	X20	Terbuka Pasar bebas sehingga memudahkan proses transaksi baik ecara online atau offline	0.3	3	0.9*
Jumlah			1.00		3.4

Berdasarkan hasil dari analisis faktor eksternal indikator ancaman diatas maka dapat diketahui hasil skornya. Pada Tabel 5 diatas faktor ancaman (T) mempunyai skor 3,4. Potensi yang cukup besar terdapat pada indikator tidak ada event (tidak ada event yang di



sebabkan adanya isu kesehatan “virus corona”) dengan skor 0,9 dan indikator pasar bebas (terbuka Pasar bebas sehingga memudahkan proses transaksi baik e cara online atau offline) dengan skor 0,9 (Tabel 5).

Tabel 6 Total Nilai Faktor Internal dan External

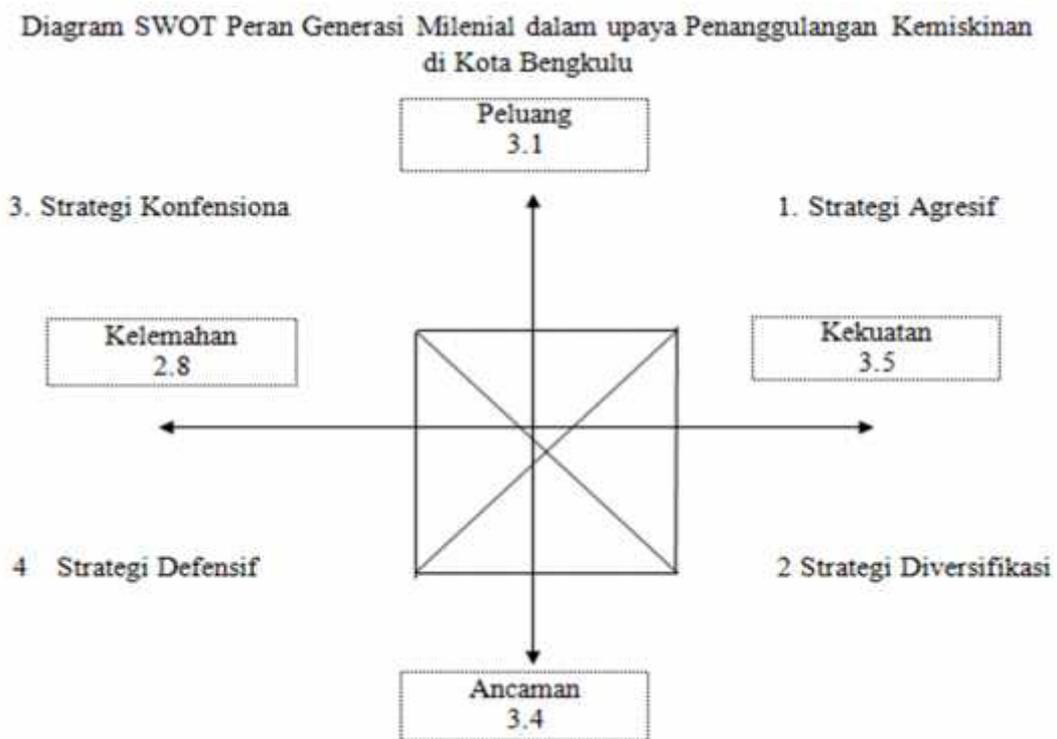
Nilai Faktor Internal		Nilai Faktor External	
Kekuatan	3.5	Peluang	3.1
Kelemahan	2.8	Ancaman	3.4
Total	6.0	Total	6.9

B. Diagram analisis SWOT

Faktor internal dan external strategi pengembangan industry kreatif melalui peran generasi milenial sebagai upaya penanggulangan kemiskinan di Kota Bengkulu. Tabel 6 menunjukkan bahwa adanya perpaduan dari srategi dari matrik yang terdapat dalam indikator dan digabungkan dengan faktor internal dan eksternal. Pada faktor internal dan eksternal nilai yang tertinggi diperoleh dari faktor kekuatan (3,5) dan faktor ancaman (3,4). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun nilai faktor eksternal ancaman memiliki nilai yang tinggi, tetapi dapat diatasi ancaman tersebut dengan faktor internal kekuatan yang memiliki nilai lebih tinggi.

Gambar 1 menunjukkan bahwa strategi yang mendukung generasi milenial dalam mengembangkan industry kreatif di kota Bengkulu adalah strategi diversifikasi. Pada strategi ini meskipun terdapat banyak ancaman, namum masih memiliki kekuatan internal. Sehingga strategi yang harus diimplementasikan dengan menggunakan kekuatan guna memanfaatkan setiap peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi produk ataupun jasa.

Gambar 1 Kuatdran SWOT



Berdasarkan perhitungan SWOT, maka disusun strategi penanggulangan kemiskinan melalui peran generasi milenial dalam mengembangkan industry kreatif di Kota Bengkulu yang disajikan pada Tabel 7.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa industry kreatif yang dikembangkan oleh generasi milenial di Kota Bengkulu memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan sehingga menjadi masukan bagi pemerintah kota Bengkulu sebagai solusi penanggulangan kemiskinan di Kota Bengkulu. rumusan strategi pengembangan industry kreatif melalui peran generasi milenial guna penanggulangan kemiskinan adalah sebagai berikut :

1. Mengoptimalkan kemampuan organisasi untuk mengembangkan usaha industry kreatif dan mengoptimalkan kemampuan manajemen untuk mengelola usaha industry kreatif. Kegiatan ini dilakukan dengan cara para generasi milenial mendapatkan pelatihan pendampingan, bimbingan teknis, dan pengembangan sumber daya manusia, hal ini perlu dilakukan guna menangani persoalan yang berhubungan dengan manajemen usaha, pemasaran *online* maupun *offline*, teknik produksi, standar produksi dan pengurusan hak kekayaan intelektual. Industry kreatif ini memiliki daya serap tenaga kerja yang tinggi dengan tingkat keterampilan kerja yang mampu dikuasai oleh seluruh lapisan masyarakat. Sehingga apabila semua sektor industry kreatif dibenahi dengan benar, maka kontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mampu menurunkan angka kemiskinan di Kota Bengkulu.
2. Memperbanyak jaringan mitra kerjasama sehingga memudahkan proses produksi dan pemasaran industry kreatif serta memperbanyak kebijakan-kebijakan yang mendorong pengembangan industry kreatif dari generasi milenial. Hal ini dilakukan dengan cara : memperluas jaringan pemasok bahan baku hingga jaringan pemasaran baik bersekala nasional maupun internasional. Menggandeng para influenser, berbagai aplikasi marketing sehingga jangkauan pemasaran produk industry kreatif ini bukan hanya bersekala lokal tetapi nasional bahkan internasional. Pemerintah sebagai regulator pendorong berbagai kebijakan membuat berbagai program kegiatan yang berfokus pada pengembangan industry kreatif di kota Bengkulu dan mendorong terciptanya industri kreatif unggulan dari Kota Bengkulu yang memiliki Hak Kekayaan Intelektual, berkualitas, khas dari kota Bengkulu dan mampu menembus pasar internasional.
3. Pengoptimalan modal usaha dan mengoptimalkan konsistensi dalam menjalankan usaha. Hal ini dilakukan dengan cara mendorong dan memberikan pelatihan untuk generasi milenial tentang cara mengelola modal usaha, mulai dari perencanaan yang matang, berfokus pada bisnis usaha, monitoring keuangan usaha, pembuatan buku arus kas yang baik dan mendorong tumbuhnya semangat untuk pantang menyerah serta terus konsisten terhadap usaha yang sedang dijalani.



Tabel 7 Matrik SWOT Strategi penanggulangan kemiskinan melalui peran generasi milenial dalam mengembangkan industry ktreatif di Kota Bengkulu

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Organisasi, Manajemen Sumber Daya, Pengembangan Produk, Kreativitas, Keberagaman produk	WEAKNESSES (W) Pengalaman, Keuangan, Modal, Konsistensi, Umur
OPPORTUNITIES (O) Gaya Hidup, Teknologi, Pendapatan konsumen, Kerjasama, Kebijakan pemerintah	STRATEGI SO 1. Mengoptimalkan kemampuan organisasi untuk mengmbangkan usaha industry kreatif 2. Mengoptimalkan kemampuan manajemen untuk mengelola usaha industry kreatif 3. Memperbanyak jaringan mitra kerjasama sehingga memudahkan proses produksi dan pemasaran industry kreatif 4. Memperbanyak kebijakan-kebijakan yang mndorong pengembangan industry kreatif dari generasi milenial	STRATEGI SW 1. Pengoptimalan modal usaha 2. Mengoptimalkan konsistensi dalam menjalankan usaha 3. Menperbanyak jaringan mitra kerjasama sehingga memudahkan proses produksi dan pemasaran industry kreatif 4. Memperbanyak kebijakan-kebijakan yang mendorong pengembangan industry kreatif dari generasi milenial
TREATHS (T) Ekonomi, Event, Politik, Pesaing, Pasar bebas.	STRATEGI ST 1. Mengoptimalkan kemampuan organisasi untuk mengmbangkan usaha industry kreatif 2. Mengoptimalkan kemampuan manajemen untuk mengelola usaha industry kreatif 3. Menambah dan menyiapkan even-even di era new normal 4. Mempersiapkan usaha untuk menghadapi pasar bebas	STRATEGI WT 1. Pengoptimalan modal usaha 2. Mengoptimalkan konsistensi dalam menjalankan usaha 5. Menambah dan menyiapkan even-even di era new normal 6. Mempersiapkan usaha untuk menghadapi pasar bebas

4. Menambah dan menyiapkan even-even di era new normal dan Mempersiapkan usaha untuk menghadapi pasar bebas. Industri Kreatif tidak dapat di pisahkan dari sektor pariwisata. Event yang berkurang disebabkan oleh pandemic covid 19 menyebabkan sektor ini terpuruk. Para pengembang Industri kreatif harus dituntut untuk tetap survive dengan cara menyiapkan event-event di era new normal baik yang dilakukan dengan online ataupun offline. Meningkatkan kualitas produk, kreatif dan inovatif yang selalu peka terhadap perubahan selera pasar sehingga mampu bersaing di pasar bebas dan memiliki pasar export.
5. Pertumbuhan iklim usaha yang kondusif
Investasi sangat dibutuhkan untuk sebuah iklim bisnis yang baik.semakin baik iklim bisnis di Kota Bengkulu, maka akan semakin meningkat juga investor yang masuk ke kota Bengkulu. Iklim yang kondusif ini harus didukung dengan komunikasi yang



baik, pembangunan infrastruktur, serta berbagai potensi talenta kreatif dari berbagai sektor ekonomi kreatif yang memunculkan inovasi hingga ke tingkat internasional sehingga menimbulkan sinergitas serta menjadi dayatarik tersendiri bagi investor yang akan masuk ke kota Bengkulu.

SIMPULAN

Hasil penelitian diketahui bahwa hampir 80% industry kreatif yang ada di Kota Bengkulu di kembangkan oleh generasi milenial. Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa peran generasi milenial dalam mengembangkan industry kreatif seperti pengembangan produk, harga, tempat, promosi dan sumber daya memiliki potensi untuk cepat tumbuh dan berkembang sebagai upaya penanggulangan kemiskinan di Kota Bengkulu. Strategi yang mendukung generasi milenial dalam mengembangkan industry kreatif di Kota Bengkulu adalah strategi diversifikasi. Pada strategi ini meskipun banyak ancaman, kekuatan yang dimiliki digunakan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara diversifikasi (produk/jasa). Rumusan strategi yang disusun adalah sebagai berikut : (1) Mengoptimalkan kemampuan organisasi untuk mengembangkan usaha industry kreatif dan mengoptimalkan kemampuan manajemen untuk mengelola usaha industry kreatif. (2) Memperbanyak jaringan mitra kerjasama sehingga memudahkan proses produksi dan pemasaran industry kreatif serta memperbanyak kebijakan-kebijakan yang mendorong pengembangan industry kreatif dari generasi milenial. (3) Pengoptimalan modal usaha dan mengoptimalkan konsistensi dalam menjalankan usaha. (4) Menambah dan menyiapkan even-even di era new normal dan Mempersiapkan usaha untuk menghadapi pasar bebas. Industri Kreatif tidak dapat di pisahkan dari sektor pariwisata. (5) Pertumbuhan iklim usaha yang kondusif

UCAPAN TERIMA KASIH

Authors thanks to KEMENRISTEKDIKTI-BRIN for the financial support to through Project No. 182/ SP2H/LT/DRPM/2020 tanggal 9 Maret 2020 (Penelitian Dosen Pemula).

DAFTAR PUSTAKA

- A. MuktaDir, D. D. Perdana, M. Irmayanti, Communication, Language Acquisition and Development Of Visit Bengkulu 2020. In International Conference Primary Education Research Pivotal Literature and Research UNNES, 2018. DOI: <https://doi.org/10.2991/icpeopleunnes-18.2019.17>
- A. Soleh, K. Sukiyono, R. Nurazi. Inclusive Growth in Bengkulu Province: Multidimensional Approach. In First International Conference on Progressive Civil Society, 2019. DOI: <https://doi.org/10.2991/iconprocs-19.2019.18>
- Ali, H., & Lilik Purwandi. (2017). Millennial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.



- Amorós, J., & Cristi, O. (2011). Poverty and Entrepreneurship in Developing Countries. In M. Minniti (Ed.), *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship* (pp. 209–230) Oxford University Press.
- B. Bidani, M. Ravallion, A regional poverty profile for Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 29 (3) (1993), 37-68. DOI: <https://doi.org/10.1080/00074919312331336451>
- Barrientos, A (2010) Social Protection and Poverty. Social Policy and Development Programme Paper Number No. 42. E-paper. United Nations Research Institute for Social Development
- C. M. Graham, H. Daniel, B. Doore, Millennial Teamwork and Technical Proficiency's Impact on Virtual Team Effectiveness: Implications for Business Educators and Leaders. *International Journal of e-Collaboration*, 12 (3) (2016) 34-50. DOI: <https://doi.org/10.4018/IJeC.2016070103>
- E. M. Siburian, M. F. Rahmadana, Analysis Factor Influence Poverty on Bengkulu. *Proceeding of the 2nd Annual International Seminar on Transformative Education and Educational Leadership*, 2017. DOI: <https://doi.org/10.2991/aisteel-17.2017.76>
- G. A. García, D. R. Gonzales-Miranda, O. Gallo, J. P. Roman-Calderon. Employee involvement and job satisfaction: a tale of the millennial generation. *Employee Relations: The International Journal* 2 (2) (2019) 1-18.
- I. Z. Rohman, M. Miswanto, The Influence of Personality Factors on Entrepreneurial Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2) (2020) 23-31.
- Jones Sam and Inge Tvedten What does it mean to be poor? Investigating the qualitative-quantitative divide in Mozambique *World Development* 117 (2019) 153–166, Contents lists available at ScienceDirect, journal homepage: www.elsevier.com/locate/worlddev
- M. G. Irham, L. R. Waluyati, A. Suryantini, The importance of combining various methods in assessing poverty level: The case of marine capture fishermen in Bengkulu Province, Indonesia. *Journal of International Studies*, 12(2) (2019) 241-257. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2019/12-2/15>
- M. Susanti, K. Karim, M. Herfianti, E. P. M. Damarsiwi, E. A. Ahmadi, Utilization of Palm oil Plant as a Creative Business in Supporting the Economy: Making Food Plate. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24 (2) (2020) 1388-1394. DOI: <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I2/PR200438>
- Maria Ulfa, Mulyadi M (2020). Analisis Dampak Kredit Usaha Rakyat pada Sektor Usaha Mikro terhadap Penanggulangan Kemiskinan di Kota Makassar. *Jurnal Masalah-Masalah Sosial* | Volume 11, No. 1, Juni
- Moelyono, M. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* Cetakan ke 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- P. Benigno, Price stability with imperfect financial integration. *Journal of Money, credit and Banking*, 41 (2009) 121-149. <https://doi.org/10.1111/j.1538-4616.2008.00201.x>



- P. Kotler, G. Armstrong, S. H. Ang, S. Leong, C. T. Tan, O. Ho-Ming, Principles of marketing: an Asian perspective. New York: Pearson/Prentice-Hall, 2012.
- R. N. Suwarni, M. Fahlevi, M. N. Abdi, Startup Valuation by Venture Capitalists: An Empirical Study Indonesia Firms. International Journal of Control and Automation, 13 (2) (2020) 785-796.
- S. Aryati, G. Salsabila, M. H. Thilfatantil, A. Christianawati, F. R. Prima, Poverty In Bengkulu Province 2010-2017. Jurnal Geografi: Media Informasi Pengembangan dan Profesi Kegeografian, 16 (2) (2019) 137-144. DOI: <https://doi.org/10.15294/jg.v16i2.20857>
- S. Nasution, T. Irwanto, Public perception of the potential of waterfall tourism in Bengkulu province after the enactment of the new normal covid pandemic 19. Jelajah: Journal of Tourism and Hospitality, 2 (1) (2020) 22-32. DOI: <https://doi.org/10.33830/jelajah.v2i1.891>
- S. Sudjatmiko, C. Mohammad, M. Zainal, S. Nanik, Closed Farming System: An Alternative Poverty Eradication in Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu Province, Indonesia. The 4th International seminar of Regional Network on Poverty Eradication, 2013.
- Saksono, H. (2012). Creative Economy : New Talents For Regional Cmpetitivenes Triggers. Jurnal Bina Praja, 4, 93–104.
- W. Parimita, D. Purwana, U. Suhud. Gender perspectives in individual and organizational factors: A study of millennial employees in creative industries. Management Science Letters, 11 (1) (2020) 11-20. DOI: <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.8.035>
- Yanuar Surya Saputra (2016). Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi Among Makarti Vol.9 No.18, Desember

