

Sri Harti Widyasari

PENGUATAN BUDAYA LOKAL

**SEBAGAI PENEGUH MULTIKULTURALISME
MELALUI TOLERANSI BUDAYA**

*Tradisi, Ritual, Kearifan Lokal,
dan Harmonisasi Sosial*

Prosiding Konferensi Internasional
Ikatan Dosen Budaya Daerah Indonesia
(IKADBUDI) ke-7
Makassar, 17 – 19 September 2017



FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN

Volume 2

PENGUATAN BUDAYA LOKAL SEBAGAI PENEGUH MULTIKULTURALISME MELALUI TOLERANSI BUDAYA

Tradisi, Ritual, Kearifan Lokal, dan Harmonisasi Sosial

Volume 2

PROSIDING

Konferensi Internasional

Ikatan Dosen Budaya Daerah Indonesia (IKADBUDI) ke-7

Makassar, 17 – 19 September 2017

Penyunting :

Andi Muhammad Akhmar (Ketua)

Nurhayati Syahrudin

M. Dalyan Tahir

Asriani Abbas

Dafirah

A. Abd. Khaliq Syukur

Satria Karsa

Penerbit

FAKULTAS ILMU BUDAYA UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR 2017

**PENGUATAN BUDAYA LOKAL SEBAGAI PENEGUH MULTIKULTURALISME
MELALUI TOLERANSI BUDAYA**

Tradisi, Ritual, Kearifan Lokal, dan Harmonisasi Sosial

Volume 2

PROSIDING

Konferensi Internasional

Ikatan Dosen Budaya Daerah Indonesia (IKADBUDI) ke-7

Makassar, 17 – 19 September 2017

Copyright © 2017 Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin

All Rights Reserved

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Penyunting : Andi Muhammad Akhmar, dkk.
Desain Sampul : Masagena @rt
Tata Letak : Masagena @rt
Penerbit : Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin
Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 10 Kampus Unhas
Tamalanrea, Makassar, Indonesia 90245
Tlp. 0411-587223, Fax. 0411-587223
email: ilmubudaya@unhas.ac.id
Cetakan : Pertama, 2017

viii + 239 hlm: 21 x 29,7 cm

ISBN: 978-602-60462-4-6 [No. Jilid Lengkap]

ISBN: 978-602-60462-6-0 [No. Jilid 2]

- Potensi Naskah-naskah Minangkabau sebagai Industri Kreatif
Pramono - 115
- Eksistensi Pawang Hujan bagi Masyarakat Bugis di Kabupaten Sidrap
Firman Saleh - 127
- Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Budaya Jawa dan Panggilan Jawa
Sri Harti Widyastuti - 134
- Nilai-nilai Multikultural dalam Budaya Minangkabau
Hasanuddin - 147
- Membangun Toleransi Budaya Melalui Karya Sastra: Sebuah Analisa Poststruktural Atas Rindu Karya Tere Liye
Margriet M. Lappia - 156
- Membangun Karakter bangsa Melalui Penggunaan Tatakrama Bahasa Sunda yang Baik dan Benar
Haris Santosa Nugraha - 165
- Nilai-Nilai Ungkapan Kasipalli dalam Tradisi Budaya Makassar Sebagai Wujud Pendidikan Budipekerti Dalam Membangun Revolusi Mental
Munirah Hasyim - 173
- Nilai-nilai Kearifan Budaya Lokal dalam Naskah Sunda Kuno Wawacan Walangsungsang (Pangeran Cakrabuana)
Dedi Koswara Ruswendi Permana dan Hyangsewu - 182
- Ritual Songka Bala, Presentasi Sikap Sederhanadan Solidaritas Masyarakat Selayar di Sulawesi Selatan
Dafirah - 198
- Mappanre Tasiq*: Antara Ritual dan Atraksi Budaya
Andi M. Akhmar, Burhanuddin Arafah, Hunaeni - 204
- Upacara Siraman Pernikahan Adat Jawa Kaitannya dengan Penyiapan Generasi yang Tangguh
Suharti - 214
- Upaya Meningkatkan Martabat Kuliner Tradisional Masyarakat Sunda di Kabupaten Purwakarta
Ade Sutisna - 220
- Kearifan Lokal dalam Cerita Rakyat Bugis
Esti Pertiwiningsih, Dafirah, Pammuda, dan H. Muhammad Bahar Akkase Teng - 228
- Eksistensi Kearifan Lokal *Basita Paribasa* Bali dalam Tembang Pop Bali
Ida Ayu Sukma Wirani - 234

PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS BUDAYA JAWA DAN PANGGILAN JIWA

Dra. Sri Harti Widyastuti, M. Hum.
Universitas Negeri Yogyakarta
sriharti@uny.ac.id

ABSTRAK

Budaya Jawa yang didalamnya terdapat bahasa dan sastra dalam dunia keilmuan dan pembelajaran berkembang tidak begitu pesat dan terkesan berat, serta statis. Sesungguhnya banyak potensi bisa digali dari budaya Jawa dengan cara mengembangkan kewirausahaan budaya Jawa. Tujuan penulisan makalah ini adalah memaparkan pengembangan kewirausahaan berbasis budaya Jawa berdasarkan panggilan jiwa pelakunya. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan deskriptif. Adapun teori yang dikembangkan adalah teori psikologi kepribadian.

Paparan hasil analisis adalah terdeskripsikannya bidang usaha pada pelaku-pelaku wirausaha kelompok kreatif, yaitu bidang usaha boga, kerajinan berbasis kearifan lokal Jawa, penerbitan buku, bahasa, sastra, budaya, dan pembelajaran Jawa, kecantikan dan kebugaran berbasis kearifan lokal Jawa, pertunjukan seni Jawa dengan pengolahan tembang dolanan, permainan tradisional serta folklor Jawa. Bidang usaha kelompok konsultatif adalah konsultan budaya Jawa, kursus pranatacara, bahasa, penulisan sastra Jawa, dan gamelan. Bidang usaha kelompok pelayanan misalnya *wedding organizer*, jasa pranatacara, fitoterapi, pembuatan sesaji, persewaan busana, persewaan properti pertunjukan seni Jawa, dan layanan wisata budaya Jawa. Kelompok analis adalah membuat buku, karya sastra, perancang busana Jawa, transliterasi, dan penerjemah manuskrip. Jenis-jenis wirausaha yang tergalikan kemudian dikaji sesuai dengan tren ekonomi, perubahan sosial, dan pengkajian peraturan.

Kata kunci: kewirausahaan, kelompok konsultatif, kelompok pelayanan, kelompok analis

PENDAHULUAN

Budaya Jawa merupakan salah satu budaya daerah yang sudah berusia sangat tua. Pada tradisi tulis yang dapat menunjukkan usia budaya tulis orang Jawa, tercatat abad ke VII bangsa Jawa sudah mengenal tradisi pembelajaran bahasa Jawa kuna melalui buku Candakarana (Pustakawara, tt). Dalam prasasti Sukabumi juga tercatat tanggal 25 Maret tahun 804, dimana merupakan masa paling tua diketemukannya prasasti berbahasa Jawa kuna (Zoetmulder, 1974:3).

Budaya mawujud dalam tiga wujud budaya yaitu ide, perilaku berpola serta artefak atau karya manusia. Sementara budaya juga terdiri dari unsur-unsur budaya yang berjumlah tujuh unsur, diantaranya adalah sastra. Usia yang sudah sangat tua tersebut apabila dirunut dari perjalanan kebahasaan dan kesastraannya akan muncul masa Jawa Kuna, yaitu abad VII sampai abad XIV. Masa Jawa Tengahan yang muncul diantara masa Jawa Kuna yaitu abad ke XIV sampai abad ke XV. Sastra Jawa Antara dan sastra Jawa Islam yang dimulai dari kerajaan Demak sampai tahun 1719 (Pustakawara, tt: 1-60). Berikutnya sastra Jawa Baru dimulai tahun 1749 sampai dengan tahun 1920. Selanjutnya adalah masa Jawa Modern yang berlangsung sampai saat ini. Tentu usia budaya Jawa pada tradisi lisan sudah lebih tua dibandingkan dengan usia budaya tulis.

Dalam ranah pembelajaran budaya Jawa di sekolah formal baik tingkat dasar maupun perguruan tinggi, budaya Jawa diajarkan bersama-sama dengan sastra, dan bahasa Jawa. Sementara di ranah perguruan tinggi budaya Jawa diajarkan bersama-sama dengan sastra, bahasa, pendidikan dan pengajaran bagi perguruan tinggi keguruan, filologi dan ketrampilan.

Apabila diperhatikan dengan saksama, maka laju perkembangan bahasa, sastra dan budaya Jawa seolah-olah berjalan di tempat. Materi seolah-olah berbicara tentang suatu fenomena yang sudah kuna dan berjarak terhadap para siswa. Oleh karena itu bahasa, sastra dan budaya Jawa menjadi mata

pelajaran di tingkat SD sampai sekolah lanjut menjadi mata pelajaran yang tidak populer dan menarik.

Terkait dengan kebijakan penyusunan kurikulum pembelajaran di Perguruan Tinggi yang harus melihat kebutuhan pasar dan kondisi lapangan secara cermat maka muncul mata kuliah kewirausahaan. Adanya mata kuliah ini menolong mata kuliah dalam bidang-bidang yang kurang populer seperti bahasa, sastra dan budaya Jawa untuk dibedah dan dimunculkan potensi-potensi yang menarik perhatian masyarakat. Berdasarkan pendekatan deskriptif, makalah ini disusun berdasarkan fenomena-fenomena yang ada dalam budaya Jawa setelah dianalisis dengan menggunakan teori-teori kewirausahaan.

A. STUDI KEWIRAUSAHAAN

Studi kewirausahaan berkembang dalam disiplin ilmu-ilmu yang lain yang penekanannya pada wirausaha sendiri. Dalam bidang ilmu psikologi, studi kewirausahaan meneliti karakteristik kepribadian wirausaha. Dalam ilmu sosiologi, penelitian ditekankan pada pengaruh lingkungan sosial dan kebudayaan dalam pembentukan wirausaha (Andharini, Sri Nastiti 2012: 124). Kewirausahaan mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi (Casson, MC, 2002 :57). Sementara itu, Carson, David dan Cromi (2008:2) menyebutkan bahwa kewirausahaan dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.

Adapun usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan seseorang, perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang. Sehubungan dengan wirausaha yang berorientasi pada kelompok-kelompok usaha mikro kecil dan menengah maka bidang wirausaha berbasis budaya Jawa ini perlu dipetakan sesuai dengan konteks pasar dan pelaku.

B. MENCARI GAGASAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS PANGGILAN JIWA

Untuk memulai usaha baru perlu kecermatan untuk memilih produk yang *profitable*. Kunci untuk sukses adalah melakukan bisnis yang tepat pada saat yang tepat. Hal ini menunjukkan penentuan jenis produk yang menguntungkan dan memiliki waktu dalam arti saat konsumen membutuhkan sebagai sesuatu yang sangat penting. Namun demikian mencapai sukses dalam berwirausaha tidak mudah. Hanya sedikit ide wirausaha yang meraih sukses, bahkan ketika produk baru atau inovasi diperkenalkan perusahaan mapanpun masih sering mengalami kegagalan. Untuk itu diperlukan strategi wirausaha yang baik.

Dalam rangka strategi tersebut terlebih dahulu dilakukan pemahaman diri. Menurut pengalaman, keberhasilan ditentukan oleh banyak hal, diantaranya adalah adanya kesamaan bidang yang dipilih dengan karakter pelaku sehingga wirausaha yang dilakukan adalah bidang yang disukai dan diakrabi. Untuk itu perlu dilakukan pemilahan tipe-tipe kepribadian manusia.

Menurut Jung (2014: 70) terdapat dua kepribadian manusia yaitu *introvert* dan *ekstrovert*. Seorang yang *introvert* pada dasarnya selalu ingin melarikan diri dari obyek. Sekan-akan obyek harus dicegah agar tidak menguasainya. Tipe *ekstrovert* mempunyai sikap positif terhadap obyek, dialah yang menguasai obyek tersebut. Selanjutnya kadang terdapat dorongan mendominasi orang lain yang disebut tipe dominan. Kombinasi antara tipe dominan dan tipe *introvert* akan membentuk garis sumbu X horisontal yang mewakili kadar dominasi yang dipotong oleh sebuah sumbu Y atau vertikal yang mewakili intensitas keinginan berhubungan dengan orang lain dan disebut garis pembawaan yang dapat dibaca pada bagan dibawah ini.

| | | | |
|-----------------|---|-------------------|-----------------|
| | | Introvert | |
| | | Produksi | |
| (Analitis) | | (Kreatif) | |
| IV | | I | |
| Pelayanan | | | Pengarahan |
| Dedikasi | K | D | Dominasi |
| | T | P | |
| III | | II | |
| (Servis) | | (Konsultatif) | |
| | | Ekstrovert | |

Dengan demikian akan diperoleh 4 buah kuadran yang masing-masing menunjukkan tipe-tipe pembawaan manusia dalam hubungannya dengan pelaku yang mengadakan hubungan dengan orang lain. Kuadran I menggambarkan tipe manusia dominan atau D yang merupakan perpaduan sifat *introvert* dengan pembawaan kuat untuk mendominasi orang lain. Kuadran II adalah orang-orang dengan sifat *ekstrovert* yang senang bergaul dengan orang banyak yang terkombinasi dalam tipe populer atau P, sifatnya cenderung mencari pengaruh.

Tipe tenang atau T dibentuk dari perpaduan antara bawaan yang *ekstrovert* dengan sifat yang cenderung mengalah pada orang lain. Tipe ini disebut tipe tenang, karena yang bersangkutan berperilaku tenang serta ramah. Selanjutnya adalah tipe konvensional atau K terdapat pada kuadran IV tipe ini dibentuk dari pembauran *introvert* dengan sifat mengalah atau melayani.

Selanjutnya akan dilihat orang-orang yang termasuk tipe-tipe dominan adalah orang-orang yang mempunyai motivasi kuat untuk mengejar prestasi. Perilakunya berorientasi pada hasil akhir dari pekerjaan atau tanggungjawab. Manusia tipe ini tidak suka diatur dan bebas berkreasi berdasarkan karakter tersebut untuk kuadran satu terdiri dari orang-orang yang dominan dengan pembawaan *introvert*. Pada daerah ini akan didapat kelompok wirausaha yang menonjol dalam kreatifitas.

Orang-orang dengan tipe populer atau P biasanya berorientasi pada pemerolehan pengakuan orang banyak sebagai orang penting. Karena itu tipe P kadang-kadang kurang mewaspadaai hasil akhir pekerjaannya. Tipe ini menunjukkan prestasi, banyak bicara dan mendambakan persahabatan. Padanan pada kuadran ini terdapat padanan manusia yang berperilaku dipengaruhi oleh sikap mendominasi serta pembawaan yang *ekstrovert*. Pada daerah ini kelompok wirausaha konsultatif merupakan kelompok usaha di kuadran tersebut sehingga daerah kuadran dua disebut daerah konsultatif.

Kelompok manusia dengan tipe T atau tenang merupakan kelompok manusia yang tidak mempunyai ambisi dalam mencapai prestasi. Kelompok ini mudah diajak berkonsultasi tetapi kurang menyukai tanggung jawab karena kurang menyukai tantangan maka mereka kurang berani mengambil resiko. Kuadran tiga merupakan tempat orang yang berperilaku dipengaruhi oleh sifat yang condong

melayani dengan pembawaan yang *ekstrovert* kelompok ini cenderung memberikan pelayanan, menyukai persahabatan, tidak mempengaruhi orang lain. Kuadran III ini dinamakan daerah servis atau pelayanan.

Manusia tipe konvensional biasanya bekerja dengan acuan ketelitian. Mereka termasuk introvert dan kurang peduli terhadap lingkungan sosial. Namun demikian manusia tipe ini teliti, perfeksionis, namun kurang memperhatikan batas waktu, manusia tipe ini termasuk dalam kuadran IV yaitu orang-orang yang condong memberikan layanan, pembawaannya tertutup atau *introvert*, suka pada hal-hal yang rinci karena itu kuadran IV disebut sebagai daerah analitis.

★ PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS BUDAYA JAWA DAN PANGGILAN JIWA

Berdasarkan bagan yang sudah dituliskan diatas maka tampak adanya signifikansi antara tipe dan kepribadian seseorang yang menunjukkan keinginan jiwa atau panggilan jiwa. Pada orang-orang yang mempunyai kepribadian *introvert* dominan akan lebih baik apabila mengambil bidang usaha produksi (Rhenald Kasali, dkk. 2010: 128).

1. Bidang Usaha Kelompok Produksi

Adapun bidang-bidang usaha produksi yang dapat dikembangkan dari budaya Jawa:

a. Bidang Makanan dan Minuman

Saat ini sudah banyak orang tertarik untuk mengembangkan bidang usaha makanan tradisional Jawa. Hal itu dipicu dengan munculnya wisata kuliner dan keinginan untuk makanan kembali ke makanan sehat. Makanan tradisional dapat dipilah menjadi: (1). jajan pasar, (2). makanan berupa nasi sayur dan lauk, (3). Minuman, (4). makanan sesaji. Pada makanan tradisional berupa jajan pasar yang berasal dari khasanah budaya Jawa sebagian besar dibuat dari bahan makanan pokok seperti misalnya yang terbuat dari beras yaitu intip, ketan, lempur, tape ketan, wajik, jadah, lapis, rengginan.



Gambar 1. Lempur
Sumber: www.google.com



Gambar 2. Wajik
Sumber: www.google.com

Makanan yang terbuat dari tepung beras misalnya nagasari, klepon, kipo, mendut, mata kebo, lapis, kue talam, dan putu.



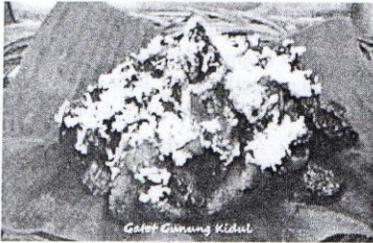
Gambar 3. Klepon
Sumber: www.google.com



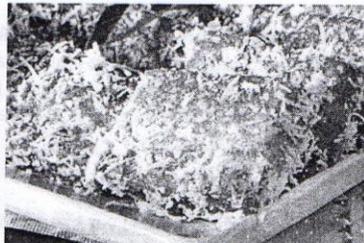
Gambar 4. Kipo
Sumber: www.google.com

Adapun yang berbahan ketela misalnya combro, onde-onde thoklo, bakwan tela, lemet, aneka jenang, tape tela, bengawan solo, thiwul, gandos, gethuk, enthok berupa jajan pasar yang berasal dari khasanah budaya Jawa sebagian besar dibuat dari bahan makanan pokok seperti misalnya yang terbuat dari beras yaitu intip, ketan, lemper, tape ketan, wajik, jadah, lopis, rengginan.

Adapun yang berbahan ketela misalnya combro, onde-onde thoklo, bakwan tela, lemet, aneka jenang, tape tela, bengawan solo, thiwul, gandos, gethuk, enthok-enthok, gathot, growol.

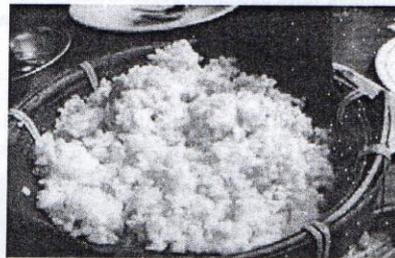


Gambar 5. Gathot
Sumber: www.google.com



Gambar 6. Bengawan Solo
Sumber: www.google.com

Makanan yang berbahan jagung misalnya sega jagung atau nasi jagung.



Gambar 7. Nasi Jagung
Sumber: www.google.com

Berbahan kelapa misalnya geplak, sagon dan rangin, sedangkan yang terbuat dari pisang, misalnya sate pisang, pisang goreng dan *tetel gedhang*.

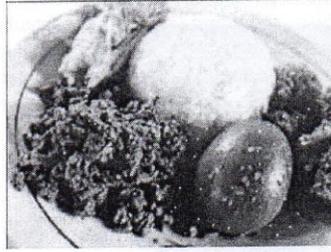


Gambar 8. Pisang Goreng
Sumber: www.google.com



Gambar 9. Sate Pisang
Sumber: www.google.com

Untuk makanan besar berupa nasi sayur dan lauk, terdapat makanan tradisional yang kadang-kadang menjadi ciri khas dari suatu daerah, misalnya untuk daerah Yogyakarta terkenal dengan gudeg, gudeg manggar, gudeg ceke, gudeg ayam, bubur lemu, mie letek, sate klathak, brongkos.

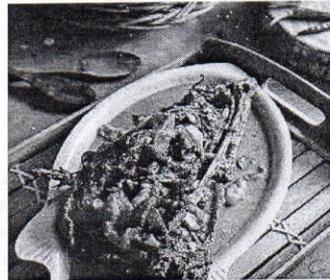


Gambar 10. Gudeg Manggar
Sumber: www.google.com



Gambar 11. Brongkos
Sumber: www.google.com

Untuk daerah Muntilan terkenal dengan masakan ndas beyong, empal. Untuk daerah Magelang terkenal dengan sopsenerek, magelangan, sega godhog, bunttil, tahu kupat. Untuk daerah Gunungkidul terkenal dengan walang goreng, ulat goreng, telur ulat goreng, Untuk daerah Jawa timur terkenal dengan rawon.



Gambar 12. Ndas Beong
Sumber: www.google.com



Gambar 13. Sup Senerek
Sumber: www.google.com

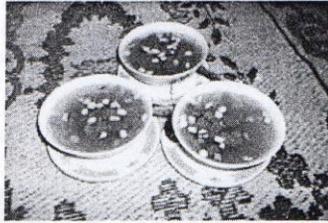


Gambar 14. Walang Goreng
Sumber: www.google.com



Gambar 15. Rawon
Sumber: www.google.com

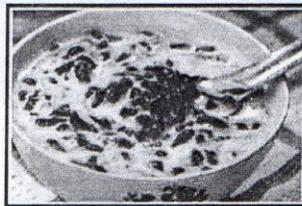
Adapun untuk aneka macam minuman tradisional Jawa dapat disebutkan minuman yang berasal dari Yogyakarta adalah wedang ronde, limun, bir plethok, sekoteng, wedang uwuh, bajigur, kolak, Di daerah Magelang misalnya cao glethak, Daerah Banjarnegara Dawet ireng, Daerah Sidoarjo terkenal dengan Es Oyen.



Gambar 16. Wedang Ronde
Sumber: www.google.com



Gambar 17. Wedang uwuh
Sumber: www.google.com



Gambar 18. Dawet Ireng
Sumber: www.google.com



Gambar 19. Es Oyen
Sumber: www.google.com

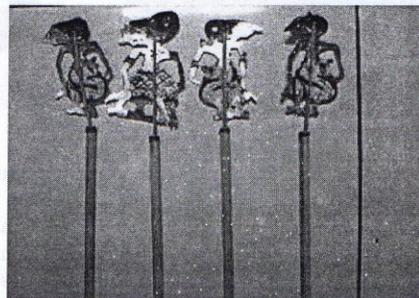
Adapun jenis-jenis makanan untuk sesaji dewasa ini dapat menjadi peluang gagasan wirausaha seiring dengan tumbuhnya EO untuk upacara tradisional dan atensi masyarakat Jawa untuk menyelenggarakan upacara tradisional daur hidup manusia. Berbagai jenis makanan untuk selamatannya misalnya sega wuduk, sega golong, pecel pitik, jangan menir, sega liwet, jangan manggul, bakaran dendeng gepukan, sega punar, dhaharan ketan salak, pindang ayam, tumpeng robyong, aneka macam jenang untuk sesaji. Untuk menyajikan makanan-makanan tersebut membutuhkan ketrampilan khusus karena makanan tersebut ditampilkan dalam bentuk yang estetis.

b. Bidang Kerajinan

Bidang kerajinan yang berbasis budaya Jawa dapat dikembangkan dari wujud budaya yang merupakan ikon budaya Jawa. Seperti misalnya kerajinan pusaka keris, tombak, kerajinan pembuatan wayang untuk berbagai kepentingan yaitu kepentingan pertunjukan maupun kepentingan souvenir.

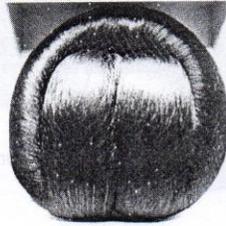


Gambar 20. Keris
Sumber: www.google.com

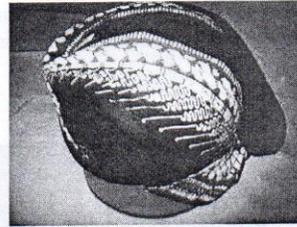


Gambar 21. Kerajinan berbentuk Wayang
Sumber: www.google.com

Kerajinan berkaitan dengan pembuatan busana Jawa dan perlengkapannya seperti misalnya industri pakaian temanten Jawa, pakaian kethoprak dan pertunjukan, industri lurik, industri batik tradisional, produksi berbagai macam baju, aksesoris, tas, yang memakai ikon budaya Jawa seperti misalnya menggunakan gambar-gambar aksara Jawa, wayang, alat-alat tradisional maupun tempat-tempat bersejarah.



Gambar 22. Sanggul
Sumber: www.google.com



Gambar 23. Blangkon
Sumber: www.google.com



Gambar 24. Pakaian Kethoprak
Sumber: www.google.com



Gambar 25. Pakaian Pengantin Jawa
Sumber: www.google.com

c. Pertanian dan agro bisnis

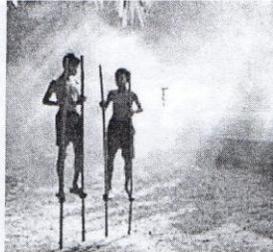
Penanaman pertanian dengan model kearifan lokal perlu dikembangkan. Penggunaan *pranata mangsa* serta kearifan lokal pengelolaan bibit sampai pada pemanenan akan menghasilkan hasil seperti halnya tanaman organik.

d. Penerbitan

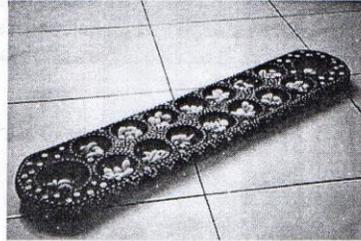
Usaha penerbitan buku-buku bahasa, sastra dan budaya Jawa serta pengajarannya dapat menjadi bidang usaha pada kelompok ini.

e. Mainan Anak-Anak

Beberapa permainan tradisional yang menggunakan alat seperti misalnya dakon, egrang, gangsingan, stinan, umbul kartu, boneka, ganjilan, bekelan, dapat menjadi bidang usaha kelompok ini, untuk itu perlu pula diupayakan untuk mengembangkan kembali jenis-jenis permainan tradisionalnya.



ambar 26. Egrang
umber: www.google.com



ambar 27. Dakon
umber: www.google.com

2. Bidang Usaha Kelompok Konsultatif

Bidang usaha ini untuk kalangan ekstrovert dominan. Bidang usaha yang sesuai adalah bidang-bidang yang memungkinkan mereka pada posisi pemegang kendali, dengan demikian usaha yang cocok untuk kalangan ini adalah:

a. Jasa Konsultasi

Jasa konsultasi yang dapat dibuka pada ranah pengembangan budaya Jawa adalah konsultasi persiapan pernikahan terkait dengan penentuan hari, termasuk pula penentuan hari pada upacara-upacara besar daur hidup manusia, seperti: tetakan, lamaran, juga termasuk peringatan-peringatan orang yang meninggal. Jasa konsultasi juga dapat diselenggarakan untuk konsultasi terkait dengan kecocokan seseorang didalam menentukan pasangan hidupnya. Arah hadap, arah bangun, lokasi yang sesuai, tanaman yang harus ditanam didalam lingkungan tersebut pada bangunan atau rumah yang akan ditinggali.

Jasa konsultasi yang lain adalah jasa konsultasi penyusunan skripsi atau tugas akhir mahasiswa program studi bahasa Jawa. Bidang konsultasi penyelenggaraan upacara pernikahan yang dewasa ini sangat pesat kemajuannya. Bidang kursus-kursus bahasa yang meliputi sesorah pranatacara, kursus pelajaran bahasa Jawa untuk anak-anak, untuk orang asing, kursus tembang, karawitan, busana tradisional, kursus perias pengantin, kursus dalang, kursus penulisan scenario kethoprak, kursus menari merupakan suatu bidang yang dapat dilakukan oleh kelompok ini.



ambar 28. Kursus Karawitan
umber: www.google.com



ambar 29. Kursus Merias Pengantin
umber: www.google.com

3. Bidang Usaha kelompok Layanan

a. Biro Jasa

Biro jasa yang didirikan secara solid untuk mengurus-upacara-upacara tradisional dari sejak direncanakan sampai pada pestanya merupakan satu bidang usaha yang sangat menjanjikan. Biro jasa ini berkolaborasi dengan catering, perias manten, MC, pengisi acra, baik karawitan maupun tari-tarian, EO, dan biro konsultasi

b. Jasa pengetikan transliterasi maupun transkripsi manuskrip.

Jasa ini dapat melayani pengetikan teks-teks jawa latin yang diketik dengan manual yang kemudian dialihkan dalam program komputer melayani transliterasi naskah-naskah berhuruf carik maupun cetak juga dapat melayani transkripsi teks untuk kepentingan studi atau penyelamatan.

c. Sablon pesanan

Pada bidang ini usaha lebih ditekankan adanya kebebasan pelanggan untuk memilih rancangan dan motif yang dikehendaki sehingga usaha dapat dikonsentrasikan pada rancangan dan motif-motif kearifan lokal maupun budaya jawa.



Gambar 30. Kaos Jawa

Sumber: www.google.com

d. Perbengkelan

Perbengkelan disini dapat mencakup bengkel kendaraan tradisional seperti misalnya dokar, becak, sepeda onthel. Disamping itu juga bengkel untuk gamelan, benda-benda pusaka, kontraktor dan jasa perbaikan bangunan. Bidang usaha ini dapat melingkupi perbaikan bangunan-bangunan dan rumah-rumah tradisional Jawa maupun kantor-kantor yang dilindungi sebagai cagar budaya.



Gambar 31. Bengkel Andong/Dokar

Sumber: www.google.com

e. Salon Kecantikan

Bidang usaha ini sangat menjanjikan karena dewasa ini berkembang tren untuk kembali ke alam. Salon kecantikan yang berbasis jamu tradisional, bahan-bahan herbal, spa tradisional yang dikemas dalam berbagai konsep dapat menjadi bidang usaha kelompok ini.



Gambar 32. Spa Tradisional Jawa

Sumber: www.google.com

f. Makelar

Makelar adalah bisnis mediator atau perantara yang mempertemukan penjual dan peminat. Dari situ makelara dapat mendapatkan fee. Makelar dalam budaya Jawa dapat berupa makelar untuk penjualan barang-barang antik, pusaka, topeng, perhiasan khas Jawa, batik-batik tradisional kuno. Pada bidang usaha ini sesungguhnya masih belum banyak yang menekui padahal sesungguhnya bidang ini sangat dinanti oleh masyarakat yang mempunyai barang-barang koleksi barang-barang tersebut. Tanpa adanya makelar mereka susah untuk mendapatkan pasar.

4. Bidang Usaha Kelompok Analitis

a. Jasa Penerjemah

Dalam budaya Jawa dapat membuka penerjemahan dari bahasa Jawa Kuno, Jawa tengahan, Jawa Baru, Jawa Modern ke bahasa Indonesia, atau bahasa Inggris dan sebaliknya sesuai dengan ketrampilannya.

b. Jas Reparasi

Jasa reparasi ini dapat membuka bidang reparasi untuk penanganan naskah yang rusak atau preservasi naskah, reparasi baju-baju antic dan kuno, kain batik kuno, serta jam kuno yang membutuhkan dedikasi yang tinggi.

c. Karya Intelektual

Bidang-bidang untuk menghasilkan media-media pembelajaran bahasa Jawa yang kreatif baik dalam bidang aksara, sastra maupun pendidikan dapat dibuka pada usaha kelompok ini

d. Perancang Busana

Rancangan busana berbasis budaya Jawa untuk pakaian tradisional Jawa dapat dibuka menyempang dengan semakin maraknya penggunaan pakaian tradisional di Jawa.



Gambar 33. Rancangan Busana Berbahan Lurik

Sumber: www.google.com

e. Jasa Penatu atau laundry

Bidang usaha penatu atau laundry khusus untuk batik tradisional, pakaian Jawa tradisional, perhiasan imitasi dapat dibuka karena untuk menatu barang-barang ini merupakan sesuatu yang khusus.

f. Jasa Penjahitan

Jasa penjahitan untuk baju pengantin, baju tradisional Jawa dan pernik-pernik keJawaan dapat dibuka dalam kelompok ini dengan mempelajari karakteristik ikon budaya Jawa.



Gambar 34. Pakaian Tradisional Jawa untuk Acara Pernikahan
Sumber: www.google.com

D. PANGGILAN JIWA, PSIKOLOGI PASAR TERKAIT DENGAN PRODUK DAN PROSES

Terkait dengan panggilan jiwa, terlebih dahulu akan dipaparkan tentang bakat. Malcolm Gladwell (2008: 50) menulis tentang kesuksesan manusia menemukan karya-karya besar yang dilakukan ternyata tidak ditentukan tingginya IQ yang dimiliki, latar belakang keluarga, tanggal lahir, darah biru atau bukan, melainkan oleh dedikasi, sebagai suatu kecerdasan praktis. Temuan itu sejalan dengan apa yang dikatakan John Maxwell (2007: 21) yang menyatakan bahwa talenta atau bakat itu hanyalah sebuah kesempatan, tetapi untuk menjadi sesuatu, bakat harus diasah agar dapat menjadi besar. Bakat, kesempatan dan potensi harus bergerak bersama untuk mengupayakan keberhasilan.

Dalam masyarakat terdapat banyak orang berbakat dan pintar memiliki jiwa dan spirit *entrepreneurship* serta kreatif namun tidak menjadi orang sukses. Hal itu karena cara berpikir pemilik bakat yang kurang tepat. Demikian pula ketika orang pintar tersebut merasa pintar, maka banyak kesempatan yang kemudian terabaikan. Terkait dengan bakat uji, maka orang tersebut harus mencari untuk bisa memiliki dengan cara berubah, walaupun untuk itu kadang-kadang harus bergulat dengan ketidaknyamanan. Seorang *entrepreneur* adalah orang yang merasa hidupnya kurang nyaman, terancam dan siap menghadapi keadaan sulit, oleh karena itu diperlukan kewaspadaan dan perjuangan terus menerus dalam kehidupannya.

Untuk menggali bakat harus disertai dengan kerja keras, kejujuran, kecerdasan, ketrampilan, penampilan fisik, kualitas suara dan pendidik. Semua potensi tersebut adalah model yang sangat bernilai. Untuk memulai suatu usaha diperlukan langkah-langkah persiapan yang menyangkut persoalan kekuatan psikis. Untuk mencari bidang yang sesuai juga diperlukan tetapi untuk menjadi sesuatu, bakat harus diasah agar dapat menjadi besar. Bakat, kesempatan dan potensi harus bergerak bersama untuk mengupayakan keberhasilan.

Dalam masyarakat terdapat banyak orang berbakat dan pintar memiliki jiwa dan spirit *entrepreneurship* serta kreatif namun tidak menjadi orang sukses. Hal itu karena cara berpikir pemilik bakat yang kurang tepat. Demikian pula ketika orang pintar tersebut merasa pintar, maka banyak kesempatan yang kemudian terabaikan. Terkait dengan bakat uji, maka orang tersebut harus mencari untuk bisa memiliki dengan cara berubah, walaupun untuk itu kadang-kadang harus bergulat dengan ketidaknyamanan. Seorang *entrepreneur* adalah orang yang merasa hidupnya kurang nyaman, terancam dan siap menghadapi keadaan sulit, oleh karena itu diperlukan kewaspadaan dan perjuangan terus menerus dalam kehidupannya.

Untuk menggali bakat harus disertai dengan kerja keras, kejujuran, kecerdasan, ketrampilan, penampilan fisik, kualitas suara dan pendidik. Semua potensi tersebut adalah model yang sangat bernilai. Untuk memulai suatu usaha diperlukan langkah-langkah persiapan yang menyangkut persoalan kekuatan psikis. Untuk mencari bidang yang sesuai juga diperlukan pemahaman terhadap karakter pelaku. Hal itu disebabkan karena orang yang benar-benar mencintai pekerjaan adalah orang-orang yang berhasil. Untuk itu pelaku wirausaha harus dapat benar-benar mengenal panggilan

jiwanya dan mampu memenuhi keinginan pasar. Untuk dapat mengerti panggilan jiwa maka perlu di cek apakah bidang wirausaha cocok dengan dirinya, bagaimana akses jaringan, lingkungan pendukung dan bagaimana potensinya apakah komersialisasinya mampu memberikan tingkat perhitungan dan pengembalian investasi yang layak.

PENUTUP

Kewirausahaan mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi. Pada kewirausahaan yang dikembangkan dari budaya Jawa maka wirausaha tersebut akan menyasar pada usaha mikro kecil dan menengah. Berdasarkan signifikansi antara tipe dan kepribadian seseorang yang menunjukkan keinginan jiwa atau panggilan jiwa. Pada orang-orang yang mempunyai kepribadian *introvert* dominan akan lebih baik apabila mengambil bidang usaha produksi seperti pada bidang makanan dan minuman bidang kerajinan pertanian agro bisnis, penerbitan dan mainan anak-anak terkait dengan budaya Jawa benar-benar mencintai pekerjaan adalah orang-orang yang berhasil. Untuk itu pelaku wirausaha harus dapat benar-benar mengenal panggilan jiwanya dan mampu memenuhi keinginan pasar. Untuk dapat mengerti panggilan jiwa maka perlu di cek apakah bidang wirausaha cocok dengan dirinya, bagaimana akses jaringan, lingkungan pendukung dan bagaimana potensinya apakah komersialisasinya mampu memberikan tingkat perhitungan dan pengembalian investasi yang layak.

Adapun untuk kalangan ekstrovert dominan, bidang yang cocok adalah bidang usaha kelompok konsultatif, yaitu jasa konsultasi terkait dengan budaya Jawa. Bidang usaha kelompok layanan yang meliputi biro jasa, jasa pengetikan transliterasi maupun transkripsi manuskrip, sablon pesanan, perbengkelan, salon kecantikan dan makelar. Bidang usaha kelompok analitis yang diantaranya yaitu jasa penerjemah, jasa reparasi, karya intelektual, perancang busana, jasa penatu atau *laundry* dan jasa penjahitan.

Untuk mencari bidang yang sesuai juga diperlukan pemahaman terhadap karakter pelaku dan harus dapat benar-benar mengenal panggilan jiwanya sehingga mampu memenuhi keinginan pasar. Untuk dapat mengerti panggilan jiwa maka perlu di cek apakah bidang wirausaha cocok dengan dirinya, bagaimana akses jaringan, lingkungan pendukung dan bagaimana potensinya apakah komersialisasinya mampu memberikan tingkat perhitungan dan pengembalian investasi yang layak.

REFERENSI

- Andharini, Sri Nastiti. 2012. *Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Jurnal Ekonomika-Bisnis Vol. 03 No.2 Bulan Juli Tahun 2012, Hal 121-130.
- Carson, D., Cromie, S., Mc. Gowan, P. and Hill, J., 2007. *Marketing And Entrepreneurship in SMEs – An Innovative Approach*, London : Prentice Hall.
- Casson, M.C., 2002. *The Entrepreneur : an Economy Theory*, Oxford: Martin Robertson.
- Gladwell, Malcom. 2009. *Outliers: The Story of Succes*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hadiyati, Ernani. 2012. *Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil*. Yogyakarta: Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan Volume 1 No. 3 September 2012 Halaman 135-151.
- Pustakawara, tt.
- Rhenald Kasali, dkk. 2010. *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata 1*. Jakarta: Hikmah.
- Sujanto Agus, Halem Lubis dan Taufik Hadi. 2014. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryana, 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menunju Sukses*, Edisi Revisi, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diakses dari www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf pada 27 Agustus 2017 pukul 12.16.
- Zoetmulder, P. J. 1974. *Kalangwan Sastra Jawa Kuno Selayang Pandang*. Jakarta: Djambatan.