

Analisis Model Bisnis pada Kelompok Kesenian Tradisional di Kapenewon Kasihan Kabupaten Bantul D.I. Yogyakarta Sebagai Upaya Peningkatan Sense of Entrepreneurship pada Pekerja Seni

Analysis of Business Models in Traditional Arts Groups in Kapenewon Kasihan, Bantul Regency, D.I. Yogyakarta as an Effort to Improve Sense of Entrepreneurship in Art Workers

Akhir Lusono^a

(Universitas 45 Proklamasi)

Wahyu Eko Prasetyanto^b

(Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta)

Endah Marendah Ratnaningtyas^c

(Universitas Mahakarya Asia Yogyakarta)

**ARTICLES
INFORMATION**

E B B A N K

Vol. 13, No. 1, Juni 2023

Halaman : 99 – 106

© LP3M STIEBBANK

ISSN (online) : 2442 - 4439

ISSN (print) : 2087 - 1406

Keywords :

Art; Employee; Business Model

JEL classifications :

E7 Z10

Contact Author :

^a akhirlusio@gmail.com

^b wahyu.ekoprasetyanto@gmail.com

^c ratnaningtyas1999@gmail.com

ABSTRACT

Art workers are one group of workers who are still considered informal workers. In fact, art is a field that should have high value because art can only be produced by high creativity and creative work. Many art activists make art an inferior activity because they think that art cannot be used as the main source of income. This has an impact on the low sense of entrepreneurship of the artists. Not many art workers are willing to build a business in the art industry. The purpose of this research is to analyze the business model that is suitable for artists so that the sense of entrepreneurship possessed by these artists can emerge and improve. The research method used is descriptive qualitative with a literature study approach. The data used are primary and secondary data. The results of the study state that the Canvas business model is one of the business models that is considered very easy to understand so that it is suitable for the characteristics of artistic workers who still have a fairly low sense of entrepreneurship. There are several things that must be considered in designing the Canvas business model, namely Customer Segments, Value Portions, Networks, Relationships with Customers, Revenue Streams, Main Resources, Core Activities, Key Partnerships, and Cost Structures

PENDAHULUAN

Seni merupakan salah satu warisan budaya tertua. Seni budaya dibentuk, dikembangkan, dan dilestarikan oleh manusia secara turun temurun kepada generasi penerusnya (Utami I. D., 2022). Wujud dari seni sendiri beraneka ragam. Segala sesuatu yang indah untuk dilihat, didengar, dihirup, disentuh, dan dirasa dapat disebut sebagai seni. Seni juga dapat dijadikan sebagai hiburan karena dianggap dapat menghadirkan ketenangan dan ketentraman jiwa bagi penikmatnya. Pada asalnya, seni adalah suatu karya yang mengandung nilai cipta dan rasa yang tinggi. Berdasarkan pada definisi yang disebutkan di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seni dapat diartikan sebagai sesuatu yang halus, kecil, tipis, dan lembut. Diartikan juga bahwa seni adalah kemampuan atau keahlian seseorang

untuk dapat menghasilkan sesuatu yang memiliki mutu apabila dinilai dari segi keindahan dan kehalusan hasil karya tersebut. Seni dapat pula diartikan sebagai kemampuan akal untuk menciptakan sesuatu yang memiliki nilai tinggi. Maka, dapat disimpulkan bahwa seni adalah sesuatu yang dihasilkan oleh kemampuan ataupun daya nalar seseorang yang memiliki sifat lembut yang memiliki mutu ataupun nilai tinggi.

Seni memang dianggap sebagai suatu karya yang mahal harganya. Hal ini dikarenakan kemunculan seni kerap dihubungkan dengan kemampuan seseorang untuk berkarya. Artinya, seni hanya dapat lahir dari kemampuan seseorang untuk menggagas sesuatu yang selanjutnya dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk karya. Kemampuan seseorang untuk menggagas karya seni tersebut merupakan suatu hal yang mahal karena tidak semua orang dapat memiliki kemampuan tersebut. Kemampuan di bidang seni juga seringkali merupakan bakat atau bawaan lahir dari seseorang. Oleh karena itu, kemampuan di bidang seni tidak serta merta dapat dipelajari dalam jangka waktu yang singkat karena untuk dapat melahirkan sebuah karya seni dibutuhkan rasa dan pengalaman yang mana tidak dapat diakses secara instan. Kemampuan seseorang di bidang seni dapat dikategorikan sebagai sesuatu yang langka. Suatu barang yang langka pada umumnya akan memiliki nilai jual yang tinggi. Namun, hukum tersebut tampaknya tidak berlaku pada bidang seni.

Sudah menjadi rahasia umum, bahwa pegiat seni ataupun orang yang memutuskan untuk menekuni bidang seni seringkali dianggap sebagai orang yang tidak memiliki prospek masa depan yang baik. Pekerja seni masih sering mendapatkan diskriminasi. Hasil karya seni masih kurang dihargai sehingga para pekerja di bidang seni tidak sedikit yang berangsur memilih untuk meninggalkan kecintaannya terhadap seni. Pada umumnya masyarakat hanya menekuni seni sebagai hobi atau aktivitas tambahan belaka. Hal ini dikarenakan munculnya stigma bahwa bidang seni tidak dapat memberikan prospek yang baik untuk keberlangsungan hidup masyarakat. Alih-alih fokus untuk membuat karya seni bernilai jual tinggi, masyarakat pekerja di bidang seni lebih memilih untuk menjalani keahlian di bidang seni dengan sekedarnya saja. Padahal seni merupakan salah satu sektor yang dapat dikembangkan menjadi sebuah industri.

Industri seni mulai berkembang semenjak digaungkannya ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif diperuntukkan bagi kinerja perekonomian yang memfokuskan usahanya pada input dan output yang berupa gagasan ataupun ide kreatif. Maka, kunci utama dari ekonomi kreatif adalah pada kualitas sumber daya manusia (Hikmah, Husaini, & Faisal, 2021). Sumber daya manusia yang mampu melaksanakan proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan melalui usaha dan kerja (Cahyadi, N. et al., 2022; Akaresti, 2022).

Ekonomi kreatif merupakan salah satu komponen yang dinilai penting dalam menentukan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi pada saat ini. Hal ini dikarenakan digitalisasi membawa pengaruh besar terhadap perubahan tatanan dunia (Thaha & Kuncoro, 2022). Peluang usaha dan bisnis pada saat ini banyak bermunculan dari hal-hal yang pada zaman dahulu dianggap sebagai suatu hal yang tidak layak diperjualbelikan atau tidak dianggap berpotensi dijadikan lahan bisnis. Peluang usaha untuk para pekerja kreatif dan pekerja seni pada saat ini cukup terbuka lebar.

Terbukanya kesempatan dan peluang tidak lantas menjadikan minat para pekerja seni menjadi linier untuk melakukan wirausaha (Fitrihana, Jerusalem, & Nurseto, 2014) di bidang seni. Hal ini karena sense of entrepreneurship yang dimiliki oleh para pekerja seni masih relatif rendah. Pekerja seni yang terlanjur menggeluti seni atas dasar kesenangan, relatif sulit untuk menemukan celah berwirausaha sekalipun sudah tersedia peluang dan kesempatan yang cukup besar. Pekerja seni masih digolongkan pada kelompok pekerja informal. Pekerja seni masih dianggap belum memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian. Penyebab terjadinya hal tersebut adalah karena minimnya kontribusi industri seni dalam menyumbang perekonomian negara. Hal tersebut dapat terjadi karena industri seni belum memiliki pengelolaan yang cukup baik. Industri seni belum memiliki skema bisnis

yang kompatibel sehingga belum dapat memberikan sumbangsih yang signifikan.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah pekerja seni yang cukup besar dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia. Salah satu wilayah di Yogyakarta yang memiliki jumlah pekerja seni cukup besar adalah di Kabupaten Bantul. Diketahui pada tahun 2022 jumlah pekerja seni di Kabupaten Bantul sebanyak 8.826 kelompok seni dari berbagai macam kesenian dengan jumlah tokoh di bidang kesenian mencapai 968 orang. Jumlah tersebut cukup besar, namun masih sangat sedikit dari para pekerja seni tersebut yang memanfaatkan keahlian dan kemampuan yang dimiliki tersebut untuk berwirausaha ataupun melakukan bisnis di bidang industri seni. Bidang seni sudah selayaknya memiliki harga dan nilai yang tinggi sebab untuk menghasilkan sebuah karya seni memang dibutuhkan kemampuan, keilmuan, dan keahlian yang tidak semua orang dapat memilikinya. Oleh karena itu, sudah selayaknya jika para pekerja seni juga harus memiliki kemampuan untuk membangun bisnis agar kegiatan yang dilakukan di bidang seni tidak hanya sekedar dijadikan aktivitas inferior. Maka, sudah selayaknya sense of entrepreneur di kalangan pekerja seni ditumbuhkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis model bisnis yang dapat diimplementasikan pada kelompok kesenian tradisional di Kapenewon Kasihan Kabupaten Bantul D.I. Yogyakarta sebagai upaya peningkatan sense of entrepreneurship pada pekerja seni. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pandangan dan gambaran bagi para pekerja seni yang memiliki minat untuk mengembangkan bisnis dan wirausaha di bidang seni sehingga para pekerja seni tidak lagi dipandang sebelah mata karena prospek perekonomian yang dapat dibilang cukup suram. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemerintah daerah setempat dalam menganalisis isu strategis di kalangan para pekerja seni sehingga pemerintah daerah dapat menetapkan kebijakan-kebijakan yang dapat menstimulasi perkembangan seni dan para pekerja seni. Terakhir, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat memberikan sumbangsih pada bidang ilmu kesenian, ketenagakerjaan, dan kewirausahaan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif merupakan salah satu jenis metode kualitatif yang paling mendasar sebab pada kualitatif deskriptif masih berlandaskan pada teori sebagai dasar pengambilan langkah. Hal ini berbeda dengan kualitatif grounded theory yang tidak lagi berpedoman pada teori karena penelitian jenis ini akan berfokus untuk membentuk teori baru. Penelitian ini berlokasi di Kapenewon Kasihan Kabupaten Bantul D.I. Yogyakarta. Penelitian ini menganalisis tentang tingkat sense of entrepreneurship yang dimiliki oleh pekerja seni di Kapenewon Kasihan Kabupaten Bantul. Penelitian ini juga selanjutnya menganalisis mengenai model bisnis yang sesuai untuk digunakan pada pekerja seni di daerah tersebut sehingga model bisnis yang dimunculkan dapat meningkatkan sense of entrepreneurship pada para pekerja seni tersebut. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil publikasi dari instansi penyedia data seperti BPS Kabupaten Bantul. Data sekunder juga didapat dari berbagai literatur dan kajian yang membahas mengenai model bisnis.

Penggunaan metode kualitatif didasarkan pada kebutuhan hasil penelitian yang tidak mengutamakan hasil berupa pengukuran matematis namun membutuhkan hasil yang memiliki kedalaman makna dan dapat bersifat pengungkapan akan sebuah fakta. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka yang memiliki tujuan agar penelitian ini dapat mengungkapkan fakta yang relevan tanpamengabaikan fakta yang banyak ditemui. Secara umum pemilihan penggunaan metode ini sudah disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Tahapan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dimulai dengan tahap pengumpulan data dari sumber data yang pada penelitian ini adalah

informan yang bersangkutan. Tahap selanjutnya adalah klasifikasi data yang dilakukan dengan mengelompokkan data berdasar sumber data. Selanjutnya adalah proses reduksi data. Pada proses ini disebut pula sebagai proses pemusatan data atau penyederhanaan data dengan membuang atau mengeliminasi data-data yang memiliki korelasi rendah dengan tema penelitian. Selanjutnya adalah tahap publikasi atau penyajian data yang dilakukan dengan menyusun informasi yang beragam menjadi sebuah hasil penelitian yang sistematis sehingga memudahkan dalam melakukan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah pekerja seni di DI Yogyakarta memiliki jumlah yang cukup besar. Sebagaimana telah disebutkan terdapat sebanyak 8.826 kelompok seni dan 968 tokoh seniman budayawan. Jumlah ini tentu merupakan jumlah yang tidak sedikit jika dibandingkan dengan kelompok kesenian ataupun tokoh kesenian dari daerah lain. Akan tetapi dari banyaknya jumlah tersebut, tidak banyak dari para pegiat seni tersebut yang menggantungkan hidupnya pada kesenian. Sekalipun ada yang menggantungkan hidupnya pada senia, hal ini tidak dalam wujud suatu bentuk usaha terorganisir namun lebih kepada penjualan dan penghargaan yang sifatnya spontanitas. Artinya, para pekerja ini hanya terus menerus berkarya dan berharap pada suatu hari akan ada masyarakat yang bersedia untuk memberikan sejumlah harga yang layak pada karya yang mereka hasilkan. Namun, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka lebih menggantungkan hidupnya pada sektor lain yang dinilai lebih menjanjikan.

Para pekerja seni tersebut masih memiliki sense of entrepreneurship yang relatif rendah sehingga banyak yang tidak bersedia untuk melakukan pengembangan bisnis dari bidang seni. Para pekerja seni tersebut memiliki anggapan bahwa melakukan bisnis pada industri seni cukup susah untuk dilaksanakan karena pasar produk seni masih sangat sempit. Masyarakat Indonesia masih menganggap seni sebagai suatu kebutuhan yang sifatnya adalah tersier dan luxury. Artinya, masyarakat hanya akan tertarik untuk melakukan konsumsi pada produk seni apabila merasa telah mampu untuk memenuhi kebutuhan pokok dan standar hidup layak sebagaimana yang diyakini oleh masyarakat. Hal tersebut yang membuat produk seni menjadi dipandang sebelah mata dan kurang diminati. Rendahnya minat konsumsi pada produk seni tersebut menjadikan sempitnya pasar dari industri seni. Oleh karena itu, perlu dibentuk sebuah model bisnis yang sesuai dengan karakteristik pekerja seni ataupun karakteristik seni itu sendiri.

Berdasar pada model bisnis Canvas sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa komponen yang harus diperhatikan (Permana & Yoga, 2018) ketika seorang wirausahawan ataupun seorang pengusaha berniat untuk membentuk sebuah model bisnis. Permasalahan utama pada penelitian ini adalah bagaimana supaya sense of entrepreneurship di kalangan pekerja seni yang ada di Kapenewon Kasihan dapat meningkat sehingga para pekerja seni tersebut bersedia untuk melakukan wirausaha dengan berbasis pada industri seni. Menimbang Yogyakarta merupakan salah satu daerah dengan tingkat potensi wisata yang sangat tinggi, maka konsumsi terhadap seni tentunya juga akan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan daerah lain yang tidak berbasis sebagai daerah pariwisata (Yudarta, 2016).

Komponen pertama yang harus diperhatikan dalam pengembangan bisnis berdasarkan model bisnis Canvas adalah Segmentasi Pelanggan. Pelanggan merupakan komponen utama dalam sebuah bisnis. Usaha yang tidak memiliki pelanggan tidak akan berlangsung lama dan tidak akan mampu bertahan. Seorang pelaku usaha perlu untuk membagi pelanggan tersebut ke dalam beberapa segmen sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan. Secara umum segmentasi pelanggan ini dapat diklasifikasikan menjadi Mass Market (Pasar Terbuka), Niche Market (Pasar Khusus), Segmented (Tersegmentasi), Diversified (Diversifikasi), dan Multi-Sided Platforms (Multi Pasar). Pasar terbuka adalah model bisnis dimana pelaku usaha tidak memberikan perbedaan pada pelanggan. Kebutuhan

dan masalah pada semua pelanggan dianggap sama sehingga pelaku usaha tidak perlu memberikan perbedaan perlakuan pada pelanggan. Pasar khusus adalah model bisnis yang mana pelaku usaha memberlakukan perlakuan berbeda pada beberapa pelanggan disesuaikan dengan kebutuhan pasar secara spesifik, pendistribusian, dan hubungan antara pelaku usaha dengan pelanggan. Tersegmentasi adalah model bisnis dengan membedakan segmen pasar para pelanggan. Diversifikasi adalah model bisnis dengan membedakan pelanggan menjadi dua atau lebih segmen besar yang masing-masing memiliki masalah dan kebutuhan yang sangat berbeda. Multi pasar adalah jenis model bisnis yang memberikan pelayanan pada dua atau lebih pelanggan yang mana antara pelanggan satu dengan lainnya memiliki kesalingan atau ketergantungan. Pada komponen ini seorang pelaku usaha di bidang bisnis dapat mengambil kebijakan untuk menggunakan pasar terbuka dengan dalih memperbesar potensi pendapatan karena tidak membedakan pembelian berdasarkan apapun karena jenis segmentasi pasar terbuka dilakukan tanpa membedakan pelanggan. Kebijakan juga dapat dilaksanakan dengan mengambil kebijakan diversifikasi sehingga pekerja seni dapat menciptakan karya seni untuk beberapa macam pelanggan yang sama sekali berbeda dalam ketertarikannya di bidang seni.

Komponen yang kedua dari model bisnis Canvas adalah porsi nilai. Porsi nilai disini dimaksudkan pada keberadaan nilai tambah yang didapatkan oleh konsumen dari konsumsi atas barang atau jasa yang disediakan oleh pelaku bisnis. Terdapat beberapa hal yang memiliki pengaruh terhadap terbentuknya nilai tambah yakni kebaruan produk atau jasa, kinerja atau kemampuan produk atau jasa, kustomisasi produk atau jasa, kemampuan barang atau jasa tersebut untuk membantu pekerjaan pelanggan, desain, merek, harga, reduksi biaya baik biaya produksi ataupun pemasaran, pengurangan terhadap resiko yang pada umumnya diwujudkan dalam bentuk garansi, aksesibilitas, dan kegunaan dari produk atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha. Pada komponen ini, pekerja seni memiliki potensi yang lebih besar untuk meningkatkan nilai suatu produk yang dihasilkan dengan mengunggulkan aspek performa, kustomisasi, desain, dan merek.

Komponen ketiga adalah jaringan. Jaringan adalah kemampuan perusahaan ataupun seorang pengusaha untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Jaringan ini dapat dibedakan menjadi lima tahapan yang berbeda dimana masing-masing saluran juga mengandung beberapa fase yang dapat dijadikan sebagai pembeda antara jaringan langsung dan tidak langsung ataupun jaringan sendiri dan mitra. Seorang pengusaha dapat menggunakan jenis jaringan tersebut secara parsial ataupun secara bersama-sama. Gambaran mengenai tipe jaringan ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tipe Jaringan dalam Model Bisnis.

Tipe Jaringan			Fase Jaringan				
	Langsung	Penjualan Langsung	Kepedulian	Evaluasi	Pembelian	Pengiriman	<i>After Sales</i>
		Penjualan Via Web	Peningkatan kepedulian terhadap produk atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha	Pemenuhan akses kepada konsumen untuk mampu mengevaluasi porsi nilai	Memberikan akses dan perizinan kepada konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa secara spesifik	Bagaimana pelaku usaha dapat mengirimkan porsi nilai kepada pelanggan	Pemberian garansi ataupun penyedia jasa lain untuk fase <i>after-sales</i>
		Kepemilikan Toko Sendiri					
		Toko Mitra/Rekanan					
		Grosir					

Komponen yang keempat adalah hubungan dengan pelanggan. Hubungan antara pelaku usaha dengan pelanggan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa tipe. Hubungan tersebut terdiri dari personal assistance yakni sebuah hubungan pelanggan dapat mengakses bantuan terhadap produk atau jasa baik selama proses jual beli berlangsung ataupun setelah pembelian telah usai dilakukan oleh pelanggan tersebut. Hubungan yang kedua adalah dedicated personal assistance merupakan asisten yang dikhususkan untuk pelanggan tertentu. Artinya, terdapat pelayanan khusus yang diberikan untuk orang-orang tertentu. Ketiga adalah self-service yakni sebuah hubungan yang dilakukan secara langsung antara pelaku usaha dengan pelanggan dengan memberikan penyediaan atas segala sarana yang kiranya dibutuhkan oleh pelanggan untuk membantu diri mereka sendiri selama proses jual beli dilaksanakan. Hubungan selanjutnya adalah automated services adalah hubungan dengan pelanggan dengan memanfaatkan pelayanan mandiri dengan didukung oleh otomatisasi. Layanan ini dapat mengetahui preferensi pelanggan berdasarkan pada karakteristik dan histori yang telah tercatat pada mesin atau sistem yang digunakan. Hubungan selanjutnya adalah hubungan dalam bentuk komunitas. Pada hubungan ini perusahaan akan membentuk komunitas tertentu yang beranggotakan para pelanggan. Komunitas ini dapat dimanfaatkan oleh pelanggan sebagai wadah aspirasi ataupun saling bertukar pengetahuan dan pengalaman atas penggunaan suatu layanan produk atau jasa (Utami, Adib, & Widodo, 2019) yang dikembangkan oleh pelaku usaha. Terakhir adalah hubungan co-creation yakni sebuah hubungan pelanggan yang masih bersifat tradisional. Pelaku usaha melakukan survei ataupun meminta pendapat dari para pelanggan untuk dapat memberikan masukan, kritik, ataupun saran terkait dengan inovasi yang dilakukan oleh pengusaha.

Berdasar pada berbagai karakteristik jenis hubungan pelanggan dan juga karakteristik industri seni ataupun pekerja bidang seni sendiri, terdapat beberapa jenis hubungan yang sesuai untuk diterapkan pada model bisnis industri seni diantaranya adalah model personal assistance yang mana akan membuat konsumen menjadi lebih dihargai. Hal ini juga memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian berulang karena merasa dilayani dengan baik. Konsep hubungan kedua yang juga sesuai untuk diterapkan pada industri seni adalah model hubungan komunitas dan co-creation yang mana dapat berpotensi untuk memunculkan ide baru dan gagasan pembaharuan bagi para pekerja seni. Selain itu, keberadaan hubungan berupa komunitas dan co-creation juga dapat memotivasi para pekerja seni untuk dapat terus membangun usaha di bidang seni karena mendapatkan beberapa kritik dan saran yang dapat membangun bisnisnya jauh lebih baik.

Komponen yang kelima adalah aliran pendapatan atau sumber pendapatan. Pada dasarnya setiap usaha memiliki berbagai potensi yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan. Beberapa sumber pendapatan yang umum ditemui adalah dari penjualan aset, pembayaran atas penggunaan suatu layanan yang disediakan oleh pelaku bisnis, pembayaran atas langganan akses terhadap suatu pelayanan, penyewaan produk ataupun peminjaman jasa, pembayaran atas penggunaan lisensi yang dimiliki oleh pelaku bisnis, brokerage fees, dan pengiklanan. Secara umum pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku usaha dapat berbentuk harga tetap dan harga dinamis. Harga tetap dapat diwujudkan dalam pemberian daftar harga sedangkan harga yang dinamis adalah harga yang diberikan dengan cara bernegosiasi. Kedua jenis harga tersebut dapat digunakan dan diterapkan pada pelaku bisnis di bidang seni. Artinya tidak ada salah satu yang lebih baik atau lebih sesuai karena keduanya kembali kepada preferensi pelaku usaha.

Komponen yang keenam adalah sumber daya utama. Secara garis besar sumber daya utama dapat dibedakan menjadi lima yakni sumber daya fisik, sumber daya intelektual, sumber daya manusia, sumber daya finansial, dan sumber daya sosial. Sumber daya fisik adalah sumber daya yang dapat diwujudkan dalam bentuk fisik seperti keberadaan ruangan, bangunan, mesin, dan sebagainya. Sumber daya intelektual adalah sumber daya yang berkaitan dengan intelektualitas penyediaan barang atau jasa seperti merek, hak cipta, data komposisi, rahasia dagang, dan sebagainya. Sumber daya manusia adalah kualitas ataupun kuantitas orang yang menggeluti bidang bisnis tersebut. Sumber daya finansial adalah kepemilikan atau kemampuan pelaku usaha terhadap akses keuangan ataupun modal yang digunakan dalam usaha tersebut. Sumber daya sosial adalah kemampuan sosial yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha (Maula, 2021) yang dapat memberikan dampak terhadap tingkat penjualan, pemasaran, ataupun produktivitas dari bisnis yang dibangun. Semua unsur dalam sumber daya utama ini perlu diperhatikan dan disediakan oleh semua pelaku bisnis termasuk pada pekerja seni.

Komponen yang ketujuh adalah kegiatan inti. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang wajib dilakukan oleh seorang pelaku bisnis. Kegiatan inti memiliki kemiripan dengan sumber daya utama namun pada poin ini lebih fokus pada segala hal yang sifatnya adalah aktivitas. Beberapa kegiatan inti dalam suatu bisnis atau usaha adalah produksi, pemasaran, penyelesaian masalah, dan membangun relasi. Keempat komponen merupakan aktivitas yang wajib dilakukan oleh semua pelaku usaha di berbagai bidang termasuk pada pekerja seni. Adapun beberapa aktivitas tambahan yang mungkin memiliki sifat opsional adalah distribusi. Artinya pelaksanaan distribusi bukan suatu hal yang wajib karena proses distribusi tidak selamanya dilaksanakan langsung oleh pelaku bisnis.

Komponen kedelapan adalah kemitraan kunci. Kemitraan ini berhubungan dengan rantai pasok pada sebuah proses bisnis. Ketepatan rantai pasok akan berpengaruh terhadap optimalisasi model bisnis, pengurangan resiko kegagalan bisnis, dan resiko akuisisi sumber daya. Terdapat beberapa tipe kerjasama kemitraan. Pertama adalah kemitraan yang berupa aliansi pelaku usaha yang bukan berupa kompetitor.

Kedua adalah kooperasi yakni kerjasama antar kompetitor. Ketiga adalah joint venture yakni keikutsertaan pelaku bisnis pada suatu aliansi untuk mengembangkan bisnis yang lebih baru. Terakhir adalah hubungan supply chain yakni hubungan antara pemasok dan pelaku bisnis sehingga rantai pasokan pelaku bisnis dapat terjamin. Berbagai model kemitraan ini dapat diimplementasikan dalam bisnis seni. Akan tetapi hubungan tersebut harus memenuhi beberapa syarat dasar terjalannya sebuah kemitraan (Samadara, Tuati, & Sauw, 2016) yakni optimalisasi sumber daya dan skala ekonomi, reduksi terhadap resiko dan ketidakpastian pasokan, dan akuisisi terhadap beberapa sumber daya dan aktivitas ekonomi.

Komponen yang kesembilan adalah struktur pembiayaan. Struktur pembiayaan ini meliputi segala jenis biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dalam rangka melaksanakan model bisnis yang telah dirancang. Struktur pembiayaan dibagi menjadi dua yakni cost-driven yang menitikberatkan pada meminimalisasi biaya pada berbagai sektor dan value-driven yang menitikberatkan pada peningkatan nilai barang atau jasa. Selain itu, struktur pembiayaan juga harus memperhatikan beberapa jenis biaya seperti fixed cost, variable cost, economies of scale, dan economic of scope. Semua hal yang terkandung dalam struktur pembiayaan ini harus diperhatikan oleh semua pelaku bisnis tanpa terkecuali termasuk pekerja seni.

PENUTUP

Kesimpulan

Seni merupakan suatu hal yang bernilai tinggi. Sudah seharusnya seni juga dihargai dengan harga yang tinggi. Akan tetapi pada faktanya, seni seringkali dipandang sebelah mata dan sulit untuk menemukan pasarnya. Oleh karena itu, tidak heran jika para pekerja seni tidak berminat untuk menjadikan industri seni sebagai ladang utama mata pencaharian. Para pekerja seni ini lebih banyak yang memilih untuk menggeluti seni hanya sebatas hiburan atau hobi saja. Padahal, memunculkan bisnis pada industri seni dapat meningkatkan eksistensi seni itu sendiri. Namun, jiwa kewirausahaan atau sense of entrepreneurship yang dimiliki oleh para pekerja seni ini masih relatif rendah sehingga jarang sekali terdapat seniman yang berminat untuk menjadikan seni sebagai sebuah wirausaha atau bisnis. Oleh karena itu, diperlukan sebuah model bisnis yang kiranya dapat dengan mudah dipahami oleh para pelaku seni tersebut sehingga berpotensi memunculkan ataupun meningkatkan sense of entrepreneurship yang dimiliki oleh para pekerja seni tersebut. Salah satu model bisnis yang dianggap mudah dan dapat secara ringkas dipahami oleh orang awam adalah model bisnis Canvas. Berdasarkan analisis pada model bisnis Canvas, terdapat beberapa komponen yang harus diterapkan oleh pekerja seni yang bermaksud membangun bisnis di bidang seni. Beberapa hal tersebut adalah Segmen pelanggan, Porsi Nilai, Jaringan, Hubungan dengan Pelanggan, Aliran Pendapatan, Sumber Daya Utama, Kegiatan Inti, Kemitraan Kunci, dan Struktur Biaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. K., Nurlaily, F., & Asmoro, P. S. (2021). Pengaruh Opportunity Recognition dan Inovasi Model Bisnis pada Kinerja Bisnis Industri Modest Fashion. *Jurnal Inovasi Pendidikan* 2(3), 805-814.
- Akaresti. (2022). Dampak Pertambangan Batubara Dalam Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat di Desa Sempayau Kecamatan Sankulirang Kabupaten Kutai Timur. *EBBANK* Vol 12 No 2.
<http://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/240>
- Cahyadi, N., S St, M. M., Astuti, S. D., SE, M., Munarsih, E., Verawaty, S. E., ... & IPM, M. C. (2022). *Konsep dan Dasar Kewirausahaan*. CV Rey Media Grafika.
- Endah Marendah , R., Jumadi, J., & Aftoni, S. (2022). Dampak Pandemi COVID-19 pada Usaha Rumah Tangga dan Strategi Bertahan. *EBBANK*.
- Endah Marendah, R. (2020). Dampak Dan Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Mengengah) Menghadapi New Normal. *EBBANK*.
- Fitrihana, N., Jerusalem, M. A., & Nurseto, T. (2014). Upaya Penumbuhan Karakter Berorientasi Tindakan Melalui Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa Berbasis Teknik Coaching. *Jurnal Pendidikan Karakter* 4(1), 35-47.
- Herlina. (2022). Analisis Pengembangan Bisnis Tanaman Hias dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas (Studi Kasus pada Kios Tanaman Hias Vinang Merah). *Jurnal Agri Sains* 6(1), 9-21.
- Hikmah, S. L., Husaini, M. A., & Faisal, G. (2021). Penerapan Arsitektur Ekspresionis pada Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain di Pekanbaru. *Jurnal Arsitektur ALUR* 4(1), 56-61.
- Kosasi, V. M. (2015). Analisis dan Evaluasi Model Bisnis pada Pantai Seafood Restaurant dengan Pendekatan Business Model Canvas. *AGORA* 3(1), 314-323.
- Maula, D. I. (2021). Perumusan Model Bisnis Sosial; Modest Fashion Enterprise. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 11(2), 131-142.
- Permana, G. P., & Yoga, I. M. (2018). Adaptasi Model Bisnis Uniqlo dengan Mengadopsi Canvas Business Model dan 360 Business Model. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 3(2), 111-123.
- Samadara, S., Tuati, N. F., & Sauw, H. M. (2016). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Kemitraan (Studi Kasus Nelayan Desa Sulamu Kabupaten Kupang NTT). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 4(1), 136-156.
- Setijawibawa, M. (2015). Evaluasi Model Bisnis pada Perusahaan X Menggunakan Business Model Canvas. *AGORA* 3(1), 305-313.
- Soputan, G. J., Paka, O., & Asina, I. (2021). Kinerja Bisnis Perempuan Pelaku UMKM: Peran Kognisi Kewirausahaan dan Model Bisnis. *Manajemen dan Kewirausahaan* 2(2), 160-167.
- Tesavrita, C. (2021). Pengembangan Model Bisnis UKM Batik X dengan Menggunakan Business Model Canvas (BMC). *MANNERS* 4(1), 61-72.
- Thaha, A. R., & Kuncoro, S. (2022). Konteks Teknologi terhadap Aktivitas Bisnis Melalui Penggunaan E-Bisnis pada UMKM. Sang Pencerah *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton* 8(4), 1085-1097.
- Utami, A. I., Adib, A., & Widodo, S. T. (2019). Peran Komunitas Seni dalam Mengembangkan Karya Hand Lettering di Era Digital. *MUDRA Jurnal Seni Budaya* 34(3), 310-318.
- Utami, I. D. (2022). Membangun Serta Mengelola Galeri Janur dan Museum Transmigrasi sebagai Edukasi Sejarah Perkembangan Warisan Seni Budaya Masyarakat Jawa. *Ikonik Jurnal Seni dan Desain* 4(1), 16-21.
- Yudarta, I. G. (2016). Potensi Seni Pertunjukan Bali Sebagai Penunjang Industri Pariwisata di Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. *MUDRA* 31(1), 37-53.