



**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LINGKAR TAMBANG MELALUI UMKM
EKONOMI KREATIF DI PROVINSI SUMATERA SELATAN**

***AROUND-MINING COMMUNITY EMPOWERMENT THROUGH CREATIVE
ECONOMIC MSME IN SOUTH SUMATERA***

M. Puspita¹, Mukiat², M. Ibrahim³

¹⁻³Jurusan Teknik Pertambangan dan Geologi, Fakultas Teknik, Universitas Sriwijaya
Jl. Raya Palembang-Prabumulih Km.32 Inderalaya Sumatera Selatan, Indonesia
e-mail: megapuspita@ft.unsri.ac.id

ABSTRAK

Kelangsungan industri pertambangan sangat bergantung pada ketersediaan cadangan bahan galian yang ada di alam. Alih fungsi lahan menjadi area tambang membuat masyarakat lingkaran tambang beralih profesi. Namun profesi atau usaha yang timbul akibat adanya aktivitas penambangan terancam keberadaannya saat tambang berakhir. Dengan terbatasnya sumberdaya, UMKM (usaha mikro kecil menengah) ekonomi kreatif merupakan salah satu usaha yang mungkin bisa diterapkan untuk pemberdayaan masyarakat lingkaran tambang. Dalam rangka mengkaji potensi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada masyarakat lingkaran tambang, penelitian ini akan fokus pada tiga tujuan yaitu menganalisis kesiapan perusahaan dan masyarakat terkait kemandirian ekonomi saat pascatambang, persepsi masyarakat setempat mengenai UMKM ekonomi kreatif sebagai mata pencaharian saat pascatambang, serta pendapat pasar di wilayah Sumatera Selatan terkait produk UMKM kreatif lokal. Data-data primer yang diperoleh melalui kuisioner, wawancara, dan diskusi dengan pihak terkait akan diolah dan dilakukan analisis menggunakan analisis deskriptif untuk merumuskan potensi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada masyarakat lingkaran tambang. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa baik perusahaan maupun masyarakat belum memiliki persiapan terkait kemandirian ekonomi saat pascatambang dan mayoritas responden berminat untuk mengikuti pelatihan jahit dan kerajinan tangan, serta sebesar 80,6% responden di Kota Palembang lebih memilih produsen UMKM lokal jika harga dan kualitas produknya sama.

Kata kunci: UMKM, Ekonomi Kreatif, PPM, Pascatambang

ABSTRACT

The sustainability of the mining industry is very dependent on the availability of mineral reserves in nature. The conversion of land into a mining area has made people around the mine switch professions. However, professions or businesses that arise as a result of mining activities are threatened with existence when the mining ends. With limited resources, the creative economy UMKM (micro, small, medium) is one of the efforts that might be applied to empower communities around the mine. In order to assess the potential for the development of creative economy-based MSMEs in communities around the mine, this research will focus on three objectives, namely analyzing the readiness of companies and communities related to economic independence during post-mining, local people's perceptions of creative economy MSMEs as livelihoods during post-mining, as well as market opinion in South Sumatra related to local creative UMKM products. Primary data obtained through questionnaires, interviews, and discussions with related parties will be processed and analyzed using descriptive analysis to formulate the potential for the development of creative economy-based MSMEs in communities around the mine. Based on the research results, it is known that neither the company nor the community has prepared for post-mining economic independence and the majority of respondents are interested in participating in sewing and handicraft training, and 80.6% of respondents in Palembang City prefer local UMKM producers if the price and product quality are the same.

Keywords: UMKM, Creative Economy, PPM, Post Mining



PENDAHULUAN

Kelangsungan industri pertambangan sangat bergantung pada ketersediaan cadangan bahan galian yang ada di alam. Alih fungsi lahan yang awalnya diperuntukkan sebagai hutan atau kebun yang merupakan mata pencaharian penduduk sekitar menjadi area tambang, membuat masyarakat sekitar tambang beralih profesi. Namun profesi atau usaha yang timbul akibat adanya aktivitas penambangan hanya bisa berlangsung selama tambang masih beroperasi. Hal ini pada akhirnya akan menimbulkan tanda tanya besar terkait kelangsungan perekonomian masyarakat pascatambang di Sumatera Selatan.

Dalam rangka mengatasi hal tersebut, pemerintah mengeluarkan beberapa undang-undang dan peraturan terkait tanggung jawab sosial pada kegiatan usaha pertambangan mineral dan batubara. Undang-undang No. 40 Tahun 2007 dan PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Undang-undang No. 3 Tahun 2020 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara, Permen ESDM No. 7 Tahun 2020 serta Permen ESDM No. 41 Tahun 2016 tentang Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat pada Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara adalah beberapa peraturan yang membahas tentang tanggung jawab sosial perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat berupa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM). Program CSR ditujukan agar para pelaku bisnis dapat berperan dalam pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan memperhatikan lingkungan hidup [1]. Sedangkan PPM dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang bermukim di sekitar tambang [2].

Berbeda dengan CSR yang jenis programnya tidak diatur secara detail, PPM dengan delapan program utamanya lebih fokus untuk menciptakan masyarakat yang mandiri secara ekonomi bahkan lama setelah operasional pertambangan berakhir. Salah satu alternatif usaha yang berpotensi dikembangkan untuk mewujudkan kemandirian ekonomi adalah usaha mikro, kecil, menengah (UMKM).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perorangan ataupun badan usaha yang bertujuan untuk menumbuhkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional [3][4]. Dalam sejarah perekonomian, UMKM dipandang sebagai salah satu pemeran penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia mengingat usaha ini mampu bertahan dan memulihkan ekonomi saat jatuhnya perusahaan-perusahaan besar pada krisis moneter tahun 1998.

Dengan sifatnya yang padat karya, modal usaha relatif rendah, serta tidak membutuhkan tingkat pendidikan tertentu membuat UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan kerja yang produktif [5]. Produk-produk hasil dari UMKM juga memiliki potensi untuk dikembangkan secara kreatif dan inovatif sehingga kualitasnya meningkat dan dapat bersaing di pasar domestik dan internasional [6].

Berbagai jenis usaha dapat dilakukan dengan menerapkan konsep UMKM. Salah satunya adalah ekonomi kreatif yang sumber utamanya merupakan kreativitas manusia. Besarnya jumlah usaha berskala kecil dan menengah adalah salah satu karakteristik utama dari industri kreatif [7]. Ekonomi kreatif dapat dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang dapat mendukung ekosistem yang terdiri atas rantai kegiatan kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi.

Salah satu kelebihan ekonomi kreatif yang mengutamakan ide dan kreativitas serta ditunjang oleh kemajuan teknologi dan informasi membuat usaha ini tidak terikat dengan lokasi tertentu. Pelaku ekonomi kreatif bisa bekerja secara *mobile* dan lokasi produksi barang juga tidak harus di kota-kota besar dimana pangsa pasar berada. Hal ini membuat pelaku UMKM dapat memberdayakan masyarakat-masyarakat di daerah sebagai tenaga kerja, salah satunya masyarakat sekitar tambang di Provinsi Sumatera Selatan.

Hong dan Chen (2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *United Nations Conference on Trade and Development* memandang ekonomi kreatif sebagai sebuah konsep berkembang yang berpotensi menghasilkan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan pendapatan ekspor sambil mempromosikan inklusi sosial, keragaman budaya, pembangunan manusia, dan pertumbuhan ekonomi [8]. Menurut Bueren dan Goh (2016) dalam penelitiannya, hal ini tercermin pada negara-negara seperti Belanda dan Taiwan yang menjadikan industri kreatif sebagai sektor utamanya. Industri kreatif di Belanda didominasi oleh UMKM dengan penghasilan tahunan mencapai 8,1 Milyar USD pada tahun 2012 [9].

Hal ini bertolak belakang dengan tren pertumbuhan produksi industri mikro dan kecil di Provinsi Sumatera Selatan yang cenderung di bawah tren pertumbuhan produksi industri mikro dan kecil Indonesia. Namun, nilai PDRB Provinsi Sumatera Selatan tahun 2015-2018 menunjukkan tren pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata laju pertumbuhan 34 provinsi di Indonesia (BPS, 2019).

Hal tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi di regional Sumatera Selatan masih didominasi oleh industri-industri yang berbasis sumber daya alam

seperti industri pertambangan dan perkebunan. Padahal prinsip paradigma pembangunan ekonomi global yang bergantung pada sumber daya alam untuk mendorong pertumbuhan ekonomi suatu bangsa telah bergeser [10]. Satria dan Prameswari (2011) dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa negara-negara dengan sumber daya alam yang minim seperti Singapura, Swiss, dan Finlandia justru memiliki ketahanan ekonomi dan mampu bersaing dalam perekonomian global.

Dengan dilatarbelakangi permasalahan-permasalahan yang telah disebutkan di atas, penelitian ini mencoba menjembatani potensi pengembangan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif dan pemberdayaan masyarakat lingkaran tambang di Provinsi Sumatera Selatan.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kesiapan perusahaan dan masyarakat terkait kelangsungan perekonomian saat pascatambang, menganalisis kecenderungan masyarakat mengenai rencana pemberdayaan berbasis UMKM bidang ekonomi kreatif, serta menganalisis kecenderungan pasar di wilayah Sumatera Selatan khususnya Kota Palembang mengenai produk-produk ekonomi kreatif hasil UMKM lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan selama lima bulan, terhitung dari Bulan Agustus 2020 hingga Desember 2020. Ada tiga jenis subjek yang diteliti, yaitu :

- 1) Warga Kecamatan Merapi Barat, sebagai masyarakat lingkaran tambang.
- 2) PT Bumi Merapi Energi, sebagai perusahaan tambang yang memiliki tanggung jawab sosial pada masyarakat.
- 3) Masyarakat wilayah Kota Palembang, sebagai target pasar untuk produk-produk UMKM lokal.

Studi Pendahuluan

Langkah pertama yang dilakukan adalah studi literatur tentang fokus permasalahan serta metode-metode yang mungkin bisa digunakan sebagai *tools* dari riset-riset terdahulu. Referensi yang digunakan antara lain adalah literatur yang memuat informasi atau hasil penelitian dengan kata kunci yaitu usaha mikro kecil menengah (UMKM), ekonomi kreatif, industri kreatif, serta pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (PPM).

Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang diperlukan antara lain adalah persepsi masyarakat lingkaran tambang dan perusahaan mengenai kesiapan ekonomi pascatambang dan potensi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif, serta persepsi pasar terkait produk-produk UMKM kreatif lokal.

Selain itu, diperlukan juga data-data sekunder pendukung seperti data statistik pertumbuhan industri UMKM Sumatera Selatan, jumlah perusahaan UMKM Sumatera Selatan, PDRB Sumatera Selatan, dan data-data lainnya. Setelah diperoleh, kedua jenis data tersebut akan digunakan dalam analisis. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini (Gambar 1).

Data-data sekunder dapat diperoleh dari Badan Pusat Statistik. Data tersebut dapat dicari pada website resmi BPS pusat dan BPS Regional Sumatera Selatan. Sedangkan data-data primer yang diperlukan dalam penelitian diperoleh dengan metode yang berbeda tergantung pada jenis data yang ingin diambil.

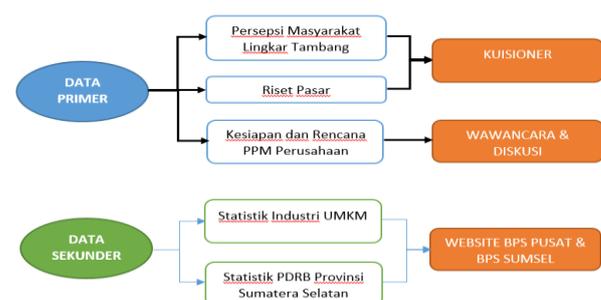


Gambar 1. Data primer dan sekunder

Data persepsi masyarakat terkait kesiapan pascatambang dan potensi pengembangan UMKM kreatif dilakukan melalui media kuisioner. Responden berasal dari warga Kecamatan Merapi Barat dengan jumlah sampel mencapai lima puluh (50) orang.

Untuk melihat persepsi dan minat masyarakat Provinsi Sumsel terkait produk UMKM kreatif lokal (riset pasar), akusisi data juga akan dilakukan menggunakan kuisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan singkat. Responden berasal dari masyarakat Kota Palembang dengan jumlah sampel mencapai enam puluh tujuh (67) orang.

Untuk informasi kesiapan serta rencana perusahaan terkait program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, data diperoleh melalui wawancara dan diskusi dengan perwakilan dari PT Bumi Merapi Energi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini (Gambar 2).



Gambar 2. Proses pengambilan data

Pengolahan dan Analisis Data

Data-data primer dan sekunder yang telah diambil diolah menggunakan tabulasi dan grafik. Melalui tabel dan grafik tersebut kita dapat melihat kecenderungan pendapat atau persepsi masyarakat lingkaran tambang terkait kesiapan dan potensi pengembangan UMKM Kreatif di daerahnya. Begitu pula dengan kecenderungan minat pasar wilayah Sumatera Selatan terhadap produk UMKM Kreatif lokal. Untuk hasil wawancara dan diskusi dengan perusahaan tambang, datanya dapat ditampilkan dalam tabel, grafik, maupun narasi terkait aspek-aspek PPM mulai dari rencana hingga realisasinya selama beberapa tahun terakhir.

Hasil pengolahan data tersebut akan dijadikan input untuk analisis lebih lanjut. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yaitu analisis deskriptif. Menurut Hamid dan Susilo (2011), analisis deskriptif memberikan gambaran pola-pola konsisten dalam data sehingga hasilnya dapat ditafsirkan secara singkat dan penuh makna.

Dalam analisis deskriptif dilakukan interpretasi atas data dan hubungan yang terdapat pada penelitian. Analisis deskriptif dapat dilakukan dengan bantuan teknik statistik yang relatif sederhana, seperti menggunakan tabel, grafik, serta melalui informasi-informasi statistik seperti rata-rata, nilai tengah, nilai maksimum, nilai minimum, dan sebagainya.

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini karena dianggap cukup memadai untuk menjelaskan kecenderungan masyarakat lingkaran tambang dan minat pasar atau konsumen terhadap produk UMKM Kreatif. Selain itu, akan dibahas pula mengenai realisasi pelaksanaan PPM dan CSR yang pernah dilakukan oleh perusahaan yang dalam hal ini adalah PT Bumi Merapi Energi serta dampaknya terhadap masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

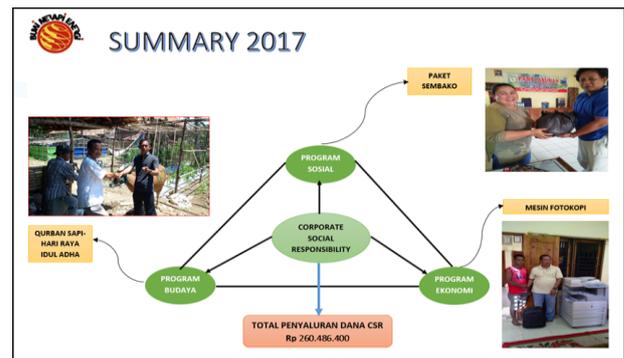
Kesiapan Perusahaan dan Masyarakat Terkait Kemandirian Ekonomi Pascatambang

Berikut merupakan hasil pengamatan terkait kesiapan perusahaan dan masyarakat mengenai kemandirian ekonomi setelah aktivitas pertambangan berakhir.

Kesiapan Perusahaan

Perusahaan tambang merupakan salah satu ujung tombak pembangunan daerah khususnya wilayah Sumatera Selatan yang pendapatannya didominasi oleh komoditas tambang. Selain berkontribusi dalam penerimaan negara dalam bentuk pajak dan bukan pajak, perusahaan memiliki tanggung jawab lain pada masyarakat dalam bentuk program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.

Sejak tahun 2017 hingga 2018, PT Bumi Merapi Energi telah melaksanakan beberapa program CSR dan PPM. Pada tahun 2017, PT BME masih mengungkap konsep CSR dalam menyusun dan merealisasikan bentuk pertanggung-jawaban sosial kepada masyarakat. Artinya, program-program CSR yang terealisasi cenderung dalam bentuk bantuan seperti sembako, hewan kurban, peralatan mesin fotokopi, dan sebagainya (Gambar 3). Total dana yang dikeluarkan untuk program CSR ini adalah sebesar Rp 260.486.400,-. Namun program-program seperti ini kurang mendukung masyarakat sekitar untuk mandiri secara ekonomi.



Gambar 3. Realisasi program CSR tahun 2017

Pada tahun 2018, PT Bumi Merapi Energi mulai menyusun rencana pertanggung-jawaban sosial sesuai dengan konsep PPM. Berdasarkan skema Kementerian ESDM, ada delapan program utama PPM yang harus dipenuhi yaitu pendidikan, kesehatan, tingkat pendapatan riil atau pekerjaan, kemandirian ekonomi, sosial dan budaya, serta lainnya.

Merujuk pada skema PPM tersebut, PT Bumi Merapi Energi telah merencanakan beberapa kegiatan untuk masing-masing program dengan total rencana biaya sekitar 1,6 Milyar Rupiah (Tabel 1). Beberapa rencana kegiatan yang perlu disoroti dalam rencana tersebut adalah kegiatan pelatihan perbengkelan dan menjahit yang termasuk dalam program pendidikan dan kegiatan bantuan pembibitan sapi yang termasuk dalam program kemandirian ekonomi. Pelatihan perbengkelan dan menjahit akan menambah keterampilan serta memberikan peluang usaha di masa depan. Begitu pula dengan bantuan pembibitan sapi, kegiatan ini dapat mewujudkan kemandirian ekonomi dan peningkatan pendapatan riil dalam skala yang lebih besar.

Pada tahun 2018, PT Bumi Merapi Energi berhasil merealisasikan program PPM bidang pendidikan dan kesehatan dengan total penyaluran dana masing-masing sebesar Rp 109.620.000 dan Rp 731.500.000. Selanjutnya realisasi program PPM tingkat pendapatan riil atau pekerjaan juga berhasil terealisasi dalam bentuk pengutamaan penggunaan tenaga kerja masyarakat lingkaran tambang sesuai kompetensi (Tabel 2).

Tabel 1. Rencana PPM PT BME Tahun 2018

No	Program PPM	Lokasi Kegiatan	Waktu Pelaksanaan PPM	Rencana Pembiayaan PPM	Ket.
1	Pendidikan				
	Beasiswa	Kec. Merapi Barat	Triwulan III	50,000,000	
	Pendidikan, Pelatihan Keterampilan, dan Keahlian Dasar	Kec. Merapi Barat	Triwulan I	55,000,000	
	Bantuan Sarana Prasarana Pendidikan	Kec. Merapi Barat	Triwulan II	10,000,000	
2	Kesehatan				
	Kesehatan masyarakat sekitar tambang				
2	Tenaga kesehatan				
	Sarana dan Prasarana Kesehatan	Kec. Merapi Barat	Triwulan I Triwulan III	763,000,000 350,000,000	
3	Tingkat Pendapatan Riil atau Pekerjaan				
	Kegiatan ekonomi menurut profesi yang dimiliki, seperti: - Perdagangan - Perkebunan - Pertanian - Peternakan - Perikanan				
3	Pengutamaan penggunaan tenaga kerja masyarakat lingkaran tambang sesuai kompetensi	Kec. Merapi Barat	Triwulan I - IV		
4	Kemandirian Ekonomi				
	Peningkatan kapasitas dan akses masyarakat setempat dalam usaha kecil dan menengah				
4	Pengembangan usaha kecil dan menengah masyarakat sekitar tambang	Kec. Merapi Barat	Triwulan II	80,000,000	
	Pemberian kesempatan kepada masyarakat lingkaran tambang untuk berpartisipasi dalam pengembangan UMKM sesuai profesinya	Kec. Merapi Barat	Triwulan I - IV		
5	Sosial dan Budaya				
	Pembangunan sarana prasarana ibadah dan hubungan di bidang keagamaan	Kec. Merapi Barat	Triwulan III	120,000,000	
5	Bantuan bencana alam	Kec. Merapi Barat	Triwulan I	20,000,000	
	budaya dan kearifan lokal setempat				
6	Pemberian kesempatan kepada masyarakat setempat untuk ikut berpartisipasi dalam pengelolaan lingkungan				
7	Pembentukan kelembagaan komunitas masyarakat dalam menunjang kemandirian PPM				
8	Pembangunan infrastruktur yang menunjang PPM				
9	Lainnya	Kec. Merapi Barat	Triwulan I - IV	144,000,000	
TOTAL				1,592,000,000	

Untuk bidang kemandirian ekonomi, belum ada program yang dapat terealisasi selama tahun 2018. Sedangkan untuk bidang sosial budaya, program bantuan bencana alam dan pembangunan sarana prasarana ibadah dan keagamaan berhasil direalisasikan dengan total penyaluran dana sebesar Rp 128.150.000. Selain itu, PT BME juga berhasil menyalurkan dana sebesar 243 juta rupiah berupa bantuan sosial dan penyediaan angkutan warga ke kebun (Tabel 2).

Tabel 2. Realisasi PPM PT BME tahun 2018

No	Realisasi Program PPM	Lokasi Kegiatan	Pelaksanaan PPM	Realisasi Pembiayaan PPM	Ket.
1	Pendidikan				
	Beasiswa	Kota Jakarta	Triwulan III	89,020,000	
	Pendidikan, Pelatihan Keterampilan, dan Keahlian Dasar	-	-	-	
	Bantuan Sarana Prasarana Pendidikan	Kota Palembang	Triwulan II, III, IV	20,600,000	
2	Kesehatan				
	Kesehatan masyarakat sekitar tambang	-	-	-	
2	Tenaga kesehatan	-	-	-	
	Sarana dan Prasarana Kesehatan	Kec. Merapi Barat	Triwulan I Triwulan III	350,000,000 381,500,000	
3	Tingkat Pendapatan Riil atau Pekerjaan				
	Kegiatan ekonomi menurut profesi yang dimiliki, seperti: - Perdagangan - Perkebunan - Pertanian - Peternakan - Perikanan - Kewirausahaan				
3	Pengutamaan penggunaan tenaga kerja masyarakat lingkaran tambang sesuai kompetensi	Kec. Merapi Barat	-	-	
4	Kemandirian Ekonomi				
	Peningkatan kapasitas dan akses masyarakat setempat dalam usaha kecil dan menengah				
4	Pengembangan usaha kecil dan menengah masyarakat sekitar tambang	-	-	-	
	Pemberian kesempatan kepada masyarakat lingkaran tambang untuk berpartisipasi dalam pengembangan UMKM sesuai profesinya	-	-	-	
5	Sosial dan Budaya				
	Pembangunan sarana prasarana ibadah dan hubungan di bidang keagamaan	-	Triwulan II	8,150,000	
5	Bantuan bencana alam	-	-	-	
	Partisipasi dalam pelestarian budaya dan kearifan lokal setempat	-	Triwulan III	120,000,000	
6	Pemberian kesempatan kepada masyarakat setempat untuk ikut berpartisipasi dalam pengelolaan lingkungan kehidupan Masyarakat Sekitar Tambang yang berkelanjutan				
	Pembentukan kelembagaan komunitas masyarakat dalam menunjang kemandirian PPM				
8	Pembangunan infrastruktur yang menunjang PPM				
9	Lainnya	Kec. Merapi Barat	Triwulan I - IV	144,000,000	
		Kec. Merapi Barat	Triwulan I dan II	99,000,000	
TOTAL				1,212,270,000	
TARGET				1,592,000,000	
PERSENTASE CAPAIAN				76.15%	

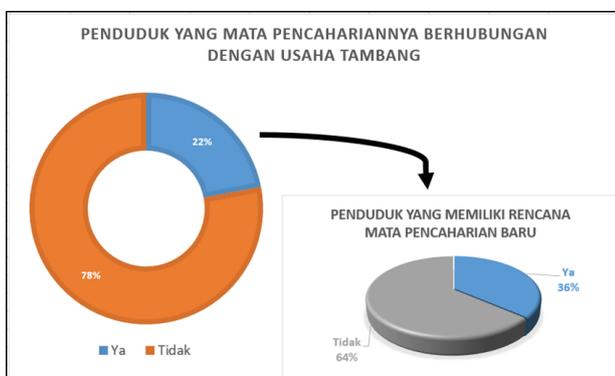
Berdasarkan realisasi pada tahun 2018, dapat disimpulkan bahwa dari segi penyaluran dana,

persentase ketercapaian rencana PPM PT BME adalah sebesar 76,15% (Tabel 2). Ketercapaian ini didominasi oleh program-program bidang kesehatan, sosial budaya, dan bantuan sosial lainnya. Sedangkan program-program bidang kemandirian ekonomi seperti pengembangan UKM masyarakat lingkaran tambang serta program bidang pendidikan seperti pelatihan keterampilan yang dapat mendorong kemandirian ekonomi masyarakat tidak berhasil direalisasikan.

Terkait hal ini, menurut pihak manajemen, perusahaan sudah berupaya sebaik mungkin untuk memenuhi permintaan masyarakat seperti menggunakan jasa *catering* milik warga sekitar dan mengutamakan tenaga kerja setempat sesuai kompetensinya. Namun, untuk program yang mendorong kemandirian ekonomi seperti bantuan pengembangan UKM masyarakat lingkaran tambang dan pelatihan keterampilan, perusahaan tidak punya cukup sumber daya manusia yang khusus diperuntukkan untuk mengerjakan hal tersebut. Terlebih program tersebut membutuhkan persiapan dan waktu pelaksanaan yang cukup panjang serta memerlukan kerjasama dengan pihak lain. Dengan melihat hal tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan masih belum siap untuk melakukan kontribusinya dalam hal pengembangan dan pemberdayaan masyarakat sekitar khususnya terkait kemandirian ekonomi.

Kesiapan Masyarakat Lingkaran Tambang

Penduduk Kecamatan Merapi Barat saat ini tergolong masyarakat ring 1 dan 2 dari beberapa perusahaan tambang batubara. Berdasarkan hasil pengamatan, diketahui bahwa dari 50 responden, 22% di antaranya memiliki mata pencaharian yang berhubungan langsung dengan usaha tambang (Gambar 4).



Gambar 4. Mata pencaharian penduduk

Sebanyak 22% atau sebelas orang penduduk ini berprofesi sebagai karyawan perusahaan tambang. Namun hanya 36% yang memiliki rencana mata pencaharian baru jika operasi penambangan berakhir, yaitu alih profesi sebagai pedagang. Sisanya masih belum memiliki rencana pekerjaan atau usaha saat tidak lagi bekerja di perusahaan tambang.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian penduduk tersebut tergolong kurang siap dalam menghadapi risiko pekerjaan mereka. Keputusan kerja oleh perusahaan tambang tidak hanya dilakukan saat cadangan bahan galian habis. Harga komoditas tambang yang fluktuatif dan sangat dipengaruhi *supply-demand* dunia seperti batubara akan sangat mempengaruhi jalannya *cash flow* perusahaan.

Dalam rangka mencegah terjadinya hal tersebut, pemerintah bersama perusahaan berkewajiban merumuskan program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM) yang dapat membuat masyarakat mandiri secara ekonomi. Program-program PPM harus dirancang sedemikian rupa agar masyarakat memiliki keahlian yang dapat membuatnya memiliki pendapatan yang berkelanjutan.

Kecenderungan Masyarakat Lingkaran Tambang Terkait PPM Berbasis UMKM Ekonomi Kreatif

Program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM) merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat. Namun, program-program PPM yang diterima oleh masyarakat wilayah Kecamatan Merapi Barat sejauh ini belum mampu mewujudkan upaya kemandirian masyarakat secara ekonomi.

Mayoritas responden pernah memperoleh manfaat secara langsung dan tidak langsung dari perusahaan tambang (Tabel 3). Manfaat langsung yang diterima oleh masyarakat berupa uang tunai atau sembako, sedangkan manfaat tidak langsung berupa fasilitas seperti ambulans dan truk sampah yang diberikan oleh perusahaan untuk dipakai oleh desa tertentu (Gambar 5).

Tabel 3. Distribusi manfaat yang diterima masyarakat

No.	Deskripsi	Jumlah Masyarakat Penerima
1	Manfaat Langsung	46
2	Manfaat Langsung dan Tidak Langsung	3
3	Manfaat Tidak Langsung	0
4	Tidak memperoleh manfaat	1
Total		50

Sebagian besar masyarakat atau sebesar 92% menerima manfaat langsung berupa uang tunai. Pemberian dana tunai tidak membuat masyarakat mandiri secara ekonomi. Hal ini hanya memberikan dampak positif dalam jangka waktu yang sangat singkat. Sedangkan fasilitas yang diberikan berupa penunjang untuk aspek kesehatan dan lingkungan.

Kemandirian ekonomi dapat dicapai jika masyarakat mampu memaksimalkan potensi sumber daya yang dimiliki. Kombinasi tenaga kerja dengan keahlian

tertentu dan atau sumber daya lokal (atau nasional) lain dapat menghasilkan produk berupa barang atau jasa. Produksi barang yang diminati pasar dengan kualitas dan harga yang kompetitif merupakan salah satu solusi untuk menciptakan masyarakat pascatambang yang mandiri.



Gambar 5. Distribusi manfaat yang diperoleh masyarakat

Salah satu jenis usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM). Usaha jenis ini tidak membutuhkan modal dalam jumlah besar dan sifatnya yang padat karya juga dapat menyerap tenaga kerja lokal. Saat ini UMKM juga memperoleh dukungan penuh dari pemerintah melalui bantuan pembiayaan modal atau reinvestasi, restrukturisasi kredit, subsidi bunga, dan sebagainya.

Salah satu sektor usaha yang dapat dikembangkan di Kecamatan Merapi Barat adalah sektor ekonomi kreatif. Sub-sektor ekonomi kreatif yang cukup sesuai untuk diaplikasikan atau dikombinasikan adalah kriya (kerajinan tangan) dan desain produk. Kriya merupakan sektor usaha padat karya yang sesuai untuk menyerap tenaga kerja lokal khususnya perempuan dan ibu rumah tangga yang belum memiliki pekerjaan.

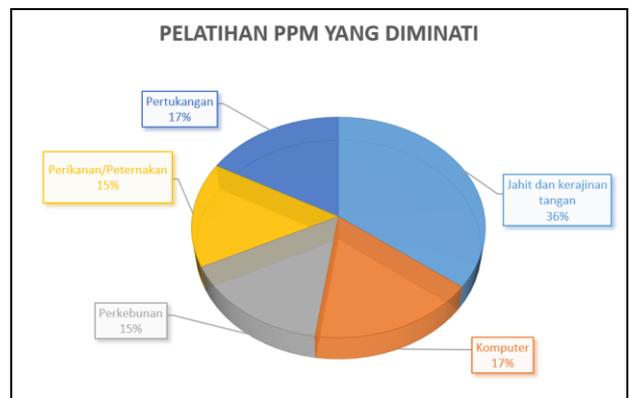
Kombinasi kriya dan desain produk yang menarik, ergonomis, dan mengikuti perkembangan tren akan menghasilkan produk yang dapat mendorong tumbuhnya kemandirian ekonomi masyarakat lingkaran tambang. Namun, kedua sub-sektor ini tidak bisa serta merta langsung dilaksanakan. Dibutuhkan sumber daya manusia pada wilayah tersebut yang memiliki keahlian di bidang kriya dan desain produk.

Berdasarkan hasil penelitian, semua responden bersedia untuk berpartisipasi dalam program PPM perusahaan yang sifatnya pelatihan keterampilan. Minat penduduk Kecamatan Merapi Barat terhadap jenis pelatihan cukup bervariasi (Tabel 4). Pelatihan jahit dan kerajinan tangan memiliki persentase tertinggi yaitu 36%. Diikuti oleh pelatihan komputer, pertukangan, budidaya ikan atau ternak, pertanian/perkebunan dengan masing-masing persentase yaitu 17%, 17%, 15%, dan 15% (Gambar 6).

Tabel 4. Peminatan masyarakat terhadap program PPM pelatihan keterampilan

No.	Jenis Pelatihan Keterampilan	Jumlah Masyarakat	Persentase
1	Jahit dan kerajinan tangan	23	35%
2	Komputer	11	17%
3	Perkebunan	10	15%
4	Perikanan/Peternakan	10	15%
5	Pertukangan	11	17%
Total		65	100%

Peminat pelatihan jahit dan keterampilan tangan didominasi oleh perempuan dan ibu rumah tangga. Sedangkan pelatihan pertukangan, pertanian atau perkebunan, dan perikanan/peternakan didominasi oleh pria dengan usia di atas 30 tahun. Untuk pelatihan komputer lebih diminati oleh pemuda-pemudi dengan usia kurang dari 30 tahun.



Gambar 6. Pelatihan PPM yang diminati

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa asumsi awal cukup sesuai dengan minat dari masyarakat itu sendiri. Dengan berbekal program PPM, perempuan dan ibu rumah tangga dapat dilatih dan diberdayakan untuk usaha bidang kriya. Sedangkan untuk bagian desain produk, pemuda-pemudi yang berminat untuk pelatihan komputer dapat diberikan pendidikan dan diberdayakan di bidang tersebut.

Kecenderungan Pasar Provinsi Sumatera Selatan Terkait Produk Ekonomi Kreatif Hasil UMKM Lokal

Tersedianya pasar merupakan faktor yang mutlak dalam suatu kegiatan usaha. Usaha dapat terus berkembang jika barang dan jasa yang telah diproduksi dapat terjual di pasaran. Untuk itu, produk yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Penting bagi produsen untuk mengetahui kecenderungan pasar terkait produk yang mereka miliki. Hal ini dapat dijadikan acuan dalam merancang dan menghasilkan produk yang dapat menjawab sebagian besar kebutuhan konsumen.

Provinsi Sumatera Selatan yang terdiri atas 7,45 juta jiwa merupakan potensi pasar yang besar bagi produk

UMKM ekonomi kreatif. Oleh sebab itu, minat dan kecenderungan pasar atas produk-produk sektor ekonomi kreatif di Provinsi Sumatera Selatan perlu dikaji terlebih dahulu sebelum menentukan dan merancang jenis produk.

Produk ekonomi kreatif jenis kriya (kerajinan tangan) biasanya dipasarkan sebagai souvenir atau buah tangan. Souvenir sekarang tidak hanya terbatas sebagai oleh-oleh khas suatu daerah. Acara-acara atau kegiatan dalam skala yang cukup besar seperti seminar, rapat, pesta pernikahan, dan pesta ulang tahun biasanya memberikan souvenir sebagai kenang-kenangan bagi tamu undangan.

Menurut 67 responden yang terdiri atas 33 orang perempuan dan 34 orang laki-laki di kisaran umur 20 sampai dengan 30 tahun, sejumlah 93% berminat untuk memberikan souvenir sebagai kenang-kenangan pada kegiatan atau event yang diselenggarakan (Tabel 5). Sebanyak 74,63% dari responden tersebut memilih fungsi dari souvenir sebagai faktor utama dalam pemilihan jenis produk. Diikuti oleh kualitas produk, kemasan yang menarik, dan harga yang terjangkau sebagai faktor-faktor pemilihan jenis souvenir dengan persentase masing-masing secara berurutan yaitu 13,43%, 8,96%, dan 2,99% (Tabel 6).

Tabel 5. Komposisi responden

KOMPOSISI RESPONDEN		
Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	33	49%
Laki-laki	34	51%
Total	67	100%
KEINGINAN MEMBERIKAN SOUVENIR		
Deskripsi	Jumlah	Persentase
Ya	62	93%
Tidak	5	7%
Total	67	100%

Tabel 6. Faktor pemilihan souvenir

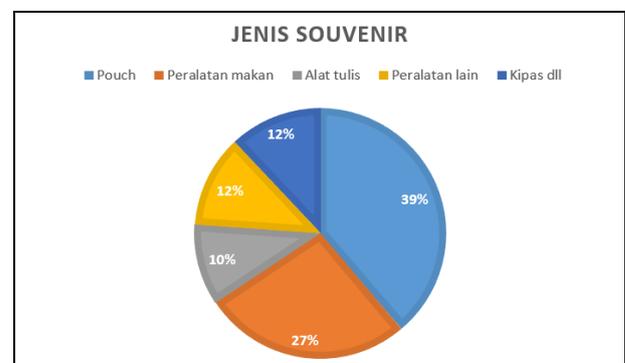
No	Faktor Pemilihan Souvenir	Jumlah	Persentase
1	Fungsi dari souvenir	50	74.63%
2	Harga yang terjangkau	2	2.99%
3	Kualitas produk	9	13.43%
4	Kemasan yang menarik	6	8.96%
	Total	67	100.00%

Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang paling penting dalam pemilihan souvenir adalah fungsi dari produk itu sendiri. Sebagian besar responden ingin memastikan bahwa produk yang dipilih benar-benar fungsional dan berguna dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian lainnya menginginkan produk berkualitas baik yang dapat digunakan dalam periode waktu yang lama (Tabel 6). Hanya sekitar 10% dari responden yang mengutamakan kemasan yang menarik dan harga yang terjangkau.

Dalam hal jenis souvenir itu sendiri, *pouch* yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan mendominasi pilihan responden sebesar 26 orang atau 39% (Tabel 7). Disusul oleh peralatan makan dengan persentase 27%. Peralatan makan ini cukup bervariasi seperti gelas, mangkuk kecil, pembuka botol, pisau kupas buah, hingga set sendok dan garpu yang bisa dibawa kemana saja. Peralatan lain (seperti gantungan kunci, asbak, pajangan) dan kipas seri di angka 12%. Posisi terakhir diduduki oleh alat tulis (seperti notes dan pena) dengan persentase 10% (Gambar 7).

Tabel 7. Pemilihan jenis souvenir

No	Jenis Souvenir	Jumlah
1	Pouch	26
2	Peralatan makan	18
3	Alat tulis	7
4	Peralatan lain	8
5	Kipas dll	8
	Total	67



Gambar 7. Jenis souvenir yang diminati

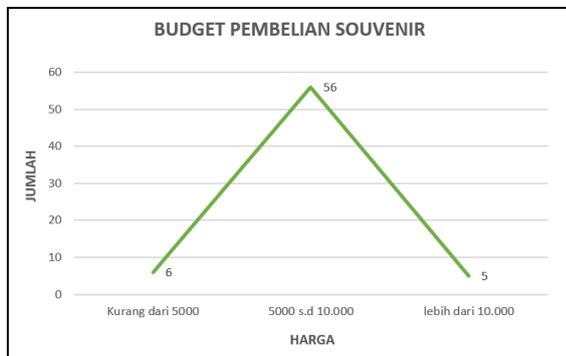
Budget atau anggaran yang tersedia merupakan faktor yang tidak kalah penting bagi produsen maupun konsumen dalam menentukan produk yang akan dijual atau dibeli. Sebagian besar responden atau sejumlah 56 orang bersedia membeli dengan kisaran harga Rp 5.000 sampai dengan Rp 10.000 per produk (Tabel 8). Hanya sekitar 8,96% dan 7,46% dari responden yang memiliki anggaran kurang dari Rp 5.000 per produk dan lebih dari Rp 10.000 per produk (Gambar 8).

Tabel 8. Anggaran pembelian souvenir

No	Budget (Harga)	Jumlah
1	Kurang dari Rp 5.000	6
2	Rp 5.000 s.d Rp 10.000	56
3	Lebih dari Rp 10.000	5
	Total	67

Hal ini menunjukkan bahwa walaupun harga terjangkau bukanlah faktor utama pemilihan produk, sebagian besar

konsumen sudah memiliki batas anggaran tertentu dalam memilih souvenir. Informasi tersebut menggambarkan bahwa produsen harus mampu memenuhi permintaan pasar atas produk yang fungsional, berkualitas cukup baik, dan berada dalam kisaran budget yang bersedia dikeluarkan oleh konsumen.

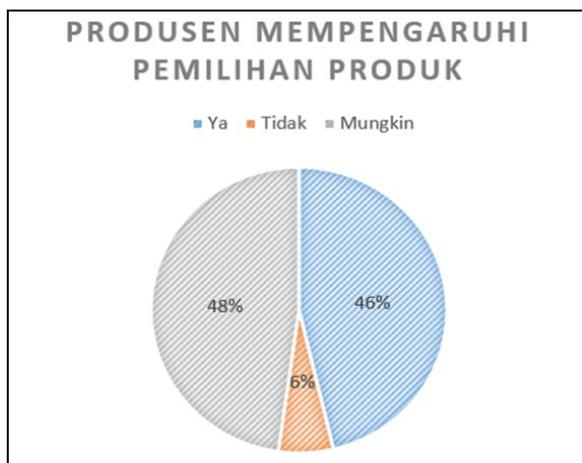


Gambar 8. Budget pembelian souvenir

Selain hal-hal yang telah disebutkan sebelumnya, pendapat pasar di Provinsi Sumatera Selatan mengenai produk-produk UMKM juga perlu diselidik lebih jauh. Sejumlah 46% responden atau 31 orang berpendapat bahwa produsen juga mempengaruhi pemilihan produk (Tabel 9). Sedangkan 48% responden mengatakan ada kemungkinan bahwa identitas produsen mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam pembelian produk (Gambar 9).

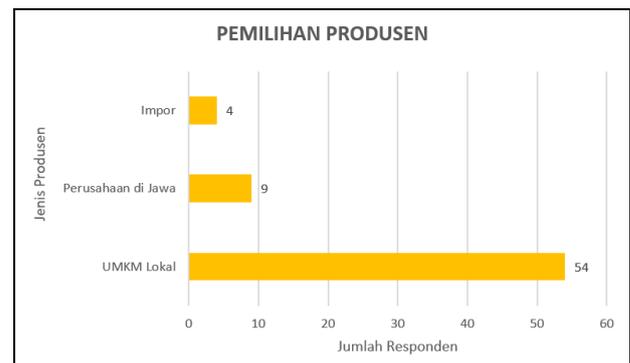
Tabel 9. Pengaruh produsen dalam pemilihan produk

No.	Produsen Mempengaruhi Pemilihan Produk	Jumlah
1	Ya	31
2	Tidak	4
3	Mungkin	32
Total		67



Gambar 9. Pemilihan produk dipengaruhi produsen

Hal ini menunjukkan bahwa jika konsumen dihadapkan pada kondisi dimana jenis, kualitas, dan harga produk relatif sama maka identitas produsen akan menjadi salah satu aspek yang diperhitungkan. Sebanyak 80,60% atau 54 responden lebih memilih produsen UMKM lokal jika dihadapkan pada kondisi tersebut (Gambar 10). Hanya sembilan (9) dan empat (4) responden yang lebih memilih produsen di Jawa dan impor dari luar negeri. Alasan sebagian besar responden memilih UMKM lokal yaitu untuk ikut berperan memajukan UMKM sekitar serta meningkatkan pendapatan daerah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa UMKM lokal setidaknya harus mampu menghasilkan produk dengan kualitas dan harga yang setara dengan produsen lain agar dapat bersaing.



Gambar 10. Pemilihan produsen

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

Baik perusahaan maupun masyarakat lingkaran tambang saat ini masih belum memiliki persiapan terkait kemandirian ekonomi pascatambang. Hal ini terlihat dari persentase realisasi program PPM bidang kemandirian ekonomi pada tahun 2018 sebesar 0%.

Masyarakat Kecamatan Merapi Barat bersedia berpartisipasi dalam program PPM pelatihan keterampilan yang dapat mendukung kemandirian ekonomi pascatambang. Mayoritas responden (36% suara) berminat untuk mengikuti pelatihan jahit dan kerajinan tangan.

Mayoritas Masyarakat Sumatera Selatan yang berminat terhadap souvenir cenderung memilih produk UMKM lokal jika jenis, harga, dan kualitas produknya setara atau sama dengan produsen lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pranoto, A.S. dan Yusuf, D. (2014). Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18 (1) : 39-50.



- [2] Maharani, M.D., Zulaika, Puspa, S. (2014). Kajian Terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Pengelolaan Pertambangan Ditinjau dari Prespektif Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 Tentang Pertambangan Mineral dan Batubara. *Privat Law*, 6 : 12-19.

- [3] Darwanto, D.D.T.U. (2013). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 2 (4) : 1-13.

- [4] Anggraeni, F.D., Hardjanto, I., Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik*, 1 (6) : 1286-1295.

- [5] Ananda, A.D. dan Susilowati, D. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1 (1) : 120-142.

- [6] Nugraha, H.S., Amaruli, R.J., Darwanto. (2017). Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Daerah. *Dialektika Publik*, 2 (1) : 30-43.

- [7] Grotenhuis, F.D.J. (2017). Value Creation with Creative Industries Cross-overs in The Netherlands. *International Journal of Cultural and Creative Industries*, 4 (3) : 52-61.

- [8] Hong, Y.S. dan Chen, H.W. (2017). Does The Medium-term Development of The Creative Economy Guarantee Long-term Evolution?. *International Journal of Cultural and Creative Industries*, 5 (1) : 22-45.

- [9] Bueren, B.V. dan Goh, Y.S. (2016). Internationalizing SMEs in Creative Industries via Triple Helix Strategy. *International Journal of Cultural and Creative Industries*, 3 (2) : 44-53.

- [10] Satria, D. dan Prameswari, A. (2011). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9 (1) : 301-308.