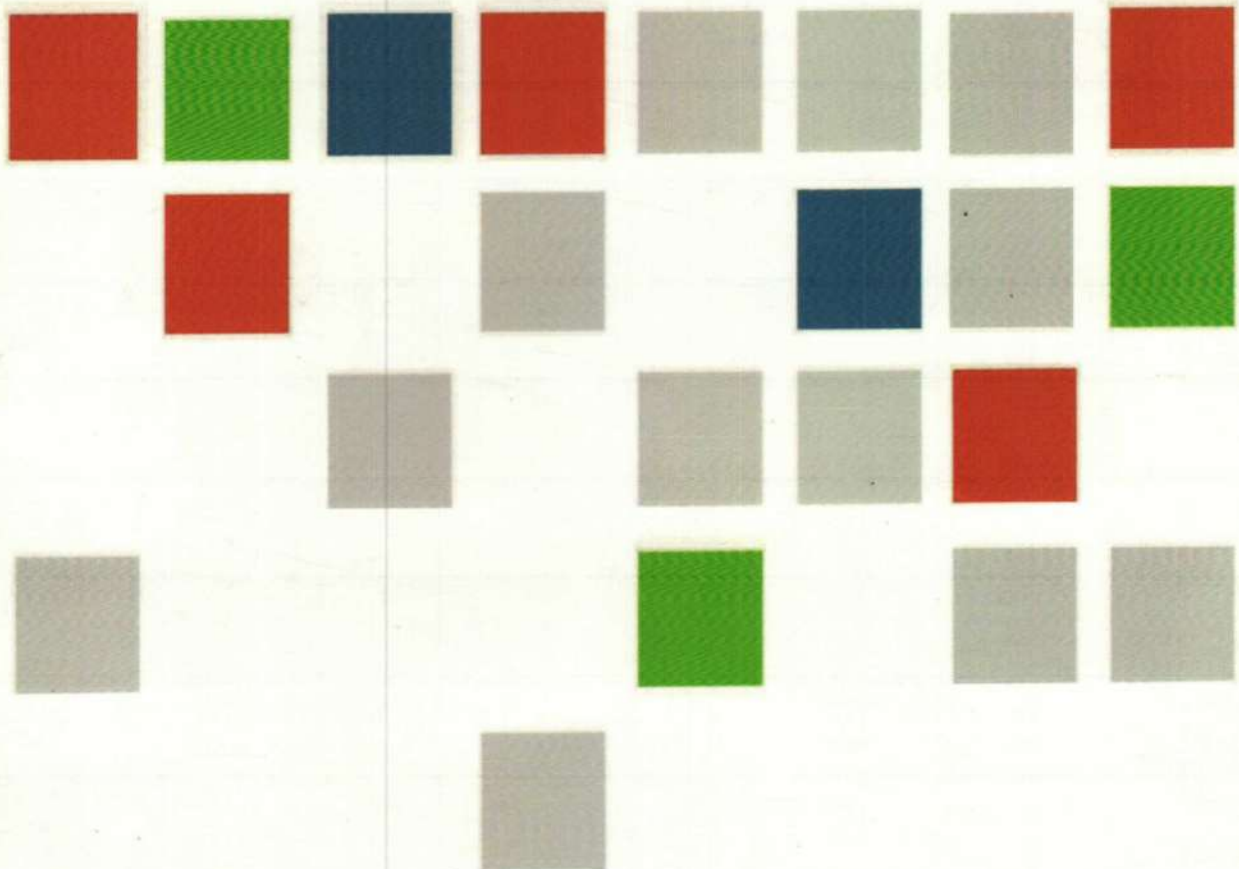


ISSN 2088 - 2645

PROSIDING FORUM TAHUNAN PENGEMBANGAN ILMU
PENGETAHUAN TEKNOLOGI DAN INOVASI NASIONAL 2013

Mengurai Stagnasi Inovasi Berbasis Litbang di Indonesia



PUSAT PENELITIAN PERKEMBANGAN ILMU PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI
LEMBAGA ILMU PENGETAHUAN INDONESIA

PROSIDING FORUM TAHUNAN
PENGEMBANGAN ILMU PENGETAHUAN, TEKNOLOGI, DAN INOVASI NASIONAL

MENGURAI STAGNASI INOVASI BERBASIS LITBANG DI INDONESIA

Semua makalah yang terdapat dalam prosiding ini telah melalui proses seleksi oleh tim seleksi, perbaikan berdasarkan diskusi dan editing oleh tim *editor*

Editor :

1. Dra. Hartiningsih, MA
2. Ir. Sigit Setiawan, M.Si
3. Dra. Wati Hermawati, MBA
4. Lutfah Ariana, STP, MPP
5. Dian Prihadyanti, M.T
6. Rizka Rahmida, S. Si
7. Dini Oktaviyanti, M.Si

Reviewer :

1. Prof. Dr. Endang G. Said, M.Dev.
2. Prof. Dr. Erman Aminullah
3. Prof. Dr. Isti Surjandari
4. Prof. Dr. Togar Simatupang
5. Dr. Lina Miftahul Jannah
6. Dr. Marcelino Pandin

PUSAT PENELITIAN PERKEMBANGAN IPTEK LEMBAGA ILMU PENGETAHUAN INDONESIA

Jl. Jend. Gatot Subroto 10, Gedung A Lt. 4, Jakarta 12710
Telepon (021) 5201602, 5225206
Faximili (021) 52016012
Email : pappiptek@pappiptek.lipi.go.id
Website : www.pappiptek.lipi.go.id

© 2013 Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI)
Pusat Penelitian Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Prosiding Forum Tahunan Pengembangan Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Inovasi Nasional 2013
"Mengurai Stagnasi Inovasi Berbasis Litbang di Indonesia"

ISSN 2088 -2645

Desainer Sampul : Purnama Alamsyah



Diterbitkan oleh:
PAPPITEK - LIPI
Jl. Jend. Gatot Subroto 10, Gedung A Lt. 4, Jakarta 12710
Telp. (021) 5201602, 5225206, Faks. (021) 5201602
E-mail: pappiptek@pappiptek.lipi.go.id
Website: www.pappiptek.lipi.go.id

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i	
Daftar Isi	ii	11.
Daftar Panitia	iv	
Sambutan Kepala PAPPORTEK-LIPI	vi	13.
Sambutan Kepala LIPI	ix	
Pidato Kunci		14.
1. Prof. Dr. Rhenald Kasali	1	
2. Dr. Tanri Abeng	2	15.
3. Dr. Dwi Sutjipto	3	
Makalah-makalah		
1. Kebangkitan Kembali Industri Pesawat Nasional: Perjalanan PT. Dirgantara Indonesia oleh <i>Karlina Sari</i>	5	16.
2. Kajian Pengelolaan Hasil Penelitian Lembaga Litbang untuk Mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) oleh <i>Mahmudi</i>	13	17.
3. Kaji Ulang Sistem Pendanaan Riset Pemerintah Untuk Mengurai Stagnasi Inovasi di Bidang Kesehatan oleh <i>Dini Oktaviyanti, Trina Fizzanty, Kusnandar, Radot Manalu, Sigit Setiawan</i>	20	18.
4. <i>The Quadruple Helix Model</i> untuk Sistem Inovasi Lokal dalam Penanggulangan Kemiskinan: Studi Kasus Proyek Inovasi Eksplorasi Sumber Air Bawah Tanah Masyarakat Desa Karangajek, Kabupaten Gunung Kidul oleh <i>Sri Rahayu</i>	32	
5. Biodegradasi Limbah Tandan Kosong Kelapa Sawit (<i>Elaeis guineensis</i> Jacq.) oleh Jamur Lignoselulotik oleh <i>Ratu Safitri, Septyana Dewi V, Nia Rossiana</i>	44	
6. Kolaborasi Ilmiah di Perguruan Tinggi dan Lembaga Penelitian Sebagai Pengungkit Inovasi di Industri Berbasis Ilmu Pengetahuan (<i>Science Based Industry</i>): Studi Kasus Pengembangan Inovasi Medis Berbasis Sel Punca dan Rekayasa Biologi oleh <i>Kusnandar, Sigit Setiawan, Radot Manalu, Dini Oktaviyanti, Trina Fizzanty</i>	53	
7. Tekno-Meter Pengukuran Tingkat Kesiapan Teknologi: Suatu Upaya Mengurai Stagnasi Inovasi di Lembaga Litbang dan Penguatan Hubungan Pemasok dan Pengguna oleh <i>Arwanto, Kuncoro Budy Prayitno</i>	65	
8. Budaya Inovasi Sebagai Elemen Utama Pembentuk Sistem Inovasi Daerah: Kasus Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Kalimantan Selatan oleh <i>Anugerah Yuka Asmara</i>	72	
9. Pemanfaatan Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan (Studi Kasus Pabrik Gula di Indonesia dalam Tinjauan Ekonomi) oleh <i>Ahmad Zafrullah Tayibnapis</i>	85	
10. Rancangan Usaha Mengurai Stagnasi Inovasi di Perguruan Tinggi: Peran Tri Dharma Dengan Dharma Pertama Penelitian (Pengembangan) oleh <i>Raden Arum Setia Priadi</i>	92	

11.	Skenario Anggaran Litbang IPTEK dalam Mendukung Program <i>Master Plan</i> Percepatan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) di Enam Koridor oleh <i>Syahrul Aminullah, Eko Prasajo, Roy V Salomo</i>	100
12.	<i>Decoding</i> Ramayana, Pencerahan Bisnis dan Landasan Moral <i>Start up Company</i> dalam Industri Kreatif Indonesia oleh <i>Bonnie Soeherman, Adhicipta R Wirawan</i>	111
13.	Kebijakan Fiskal Sebagai Pemicu Inovasi di Industri Manufaktur Berbasis Logam oleh <i>Djoko Wiyono</i>	120
14.	Tantangan Keberlanjutan Difusi dan Adopsi Tungku Sehat Hemat Energi (TSHE) : Studi Kasus Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta oleh <i>Hartiningsih, Wati Hermawati</i>	131
15.	Pentingnya <i>Strategic Marketing</i> dalam Perolehan HKI di Lembaga Litbang di Indonesia dalam Mendukung Pertumbuhan Industri oleh <i>Syahrul Aminullah, Didik Notosudjono</i>	139
16.	Bagaimana <i>Knowledge Management</i> Bersama Fisika Membangun " <i>Nature Knowledge Theory</i> " Sebagai Sains Dasar Baru oleh <i>Md Santo</i>	152
17.	Peran Biomassa Dalam Memenuhi Kebutuhan Energi Tingkat Rumah Tangga : Kasus Inovasi Biomassa " <i>Waste to Energy</i> " oleh <i>Wati Hermawati</i>	159
18.	Analisis Pengaruh Faktor-faktor Kreativitas dan Inovasi Terhadap Program Mahasiswa Wirausaha di Perguruan Tinggi (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Andalas) oleh <i>Insannul Kamil, Mego Plamonia</i>	173
	DAFTAR ABSTRAK (yang diterbitkan dalam <i>Warta KIML vol.11 No. 2</i>)	186
1.	Sistem Pembiayaan untuk Aplikasi Teknologi pada Manajemen Rantai Pasok Hortikultura Bernilai Tinggi : Studi Kasus Teknologi <i>Greenhouse</i> Paprika oleh <i>Kusnandar, Tomy Perdana</i>	187
2.	Penerapan Teknologi Untuk Meningkatkan Daya Saing Petani Sayuran Dalam Memenuhi Permintaan Pasar Ekspor oleh <i>Tomy Perdana, Jajang Sauman, Eliana Wuladari</i>	188
3.	Potensi Inovasi Industri Kecil dalam Paradigma Pembangunan Inklusif di Indonesia oleh <i>Indri Juwita Asmara, Nani Grace Berliana, Lutfah Ariana, Rizka Rahmaida</i>	189
	SUSUNAN ACARA	190
	JADWAL PRESENTASI PESERTA PEMAKALAH	191

DECODING RAMAYANA, PENCERAHAN BISNIS DAN LANDASAN MORAL START UP COMPANY DALAM INDUSTRI KREATIF INDONESIA

Bonnie Soeherman¹, Adhicipta R Wirawan²
Ilmu Akuntansi¹, Jurusan Akuntansi²
Universitas Airlangga¹, Universitas Surabaya²
E-mail: bee7179@gmail.com¹, adhicipta@ubaya.ac.id²

ABSTRAK

Sejak tahun 2005, pemerintah Indonesia makin gencar memajukan industri kreatif. Berbagai even pameran dan kompetisi digelar, seperti INCREFEST, INAICTA, PPKI, atau Telkom Incubator. Banyak ide dan karya orijinal berkualitas bermunculan, namun tidak banyak yang bertahan atau bertransformasi menjadi bisnis profesional. Keterbatasan kemampuan bisnis dan manajemen dapat diduga sebagai penyebab utama kegagalan ini. Akhirnya, sebagian besar pekerja kreatif Indonesia terpaksa membuang idealismenya dan menjadi pabrik proyek-proyek luar negeri. Di lain pihak, sebagian besar sekolah bisnis Indonesia hanya bergantung dan mendewakan literatur Barat yang lebih banyak mengulas kasus perusahaan besar dan temana yang memiliki latar belakang, lingkungan bisnis, model dan kerumitan bisnis yang jauh berbeda dengan kondisi Indonesia, khususnya start up company dalam skala relatif kecil dan penuh keterbatasan. Sehingga di dalam implementasinya, tak jarang teori berseberangan dengan praktik. Start up company (Indonesia) memerlukan solusi strategis bisnis yang lebih sederhana, mudah, dan praktis karena hanya melalui pertumbuhan start up company sebuah industri kreatif akan terbangun. Kajian ini berusaha untuk menawarkan solusi strategis berupa pemikiran tentang bagaimana membangun landasan berpikir dan moral pelaku start up company yang diekstrak dari Kitab Ramayana. Kajian ini menggunakan metodologi interpretif dan Discourse Analysis untuk memudahkan pengungkapan (decoding) moral untuk menginspirasi start up company tentang strategi dan moral dalam bisnis yang baik. Hasil yang diperoleh berupa rumusan "the way of business" bagi start up company dalam mencari pencerahan.

Kata Kunci: Ramayana, start up company, strategi, industri kreatif

1. PENDAHULUAN

Sebuah survey yang dilakukan Loveinfo graphics (2013) menunjukkan dari sekitar 3000 ide bisnis, hanya 1 yang sukses. Artinya, kecil peluang dari start up company untuk bisa bertahan dalam sebuah industri. Keberhasilan bisnis tidak semata-mata ditunjang oleh produk yang baik. Sukses bisnis harus ditunjang oleh manajemen yang memadai. Di Indonesia, program-program pengembangan industri kreatif telah mulai banyak dilakukan, khususnya oleh pemerintah seperti even kompetisi seperti INCREFEST, INAICTA, PPKI, atau Telkom Incubator. Namun sayangnya, dari para tim pemenang tidak banyak yang mampu bertransformasi menjadi pebisnis profesional dalam arti tidak berhasil menjadikan *portfolio* kemenangannya sebagai produk bisnis andalan. Salah satu faktor penyebabnya adalah kurang memadainya keahlian bisnis dari para pelaku kreatif. Mereka terjebak dalam pengembangan produk yang baik menurut mereka, namun tidak memiliki dasar yang kuat sebagai produk yang dapat diserap oleh pasar. Sebagian besar teori Barat yang beredar dan diajarkan di sekolah-sekolah tidak cukup relevan bagi kondisi bisnis Indonesia. Sebagian besar pula buku teks manajemen dan bisnis Barat mengangkat kasus perusahaan besar yang memiliki asumsi dan kompleksitas yang jauh lebih besar daripada start up company. Fenomena-fenomena ini menjadi rumusan permasalahan yang akan dibahas di dalam penelitian ini. Saat ini, industri kreatif Indonesia memerlukan solusi strategis bisnis yang lebih relevan, mudah, dan praktis agar pertumbuhan even pengembangan start up company dapat diimbangi oleh transformasi start up company menjadi perusahaan yang mapan dan mandiri, bukan sebaliknya.

Kitab Ramayana, sebuah *masterpiece* India yang telah mengalami akulturasi di Indonesia, khususnya Jawa dan Bali telah melebur menjadi "the way of life" yang menaungi

berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Ramayana merupakan filosofi dan pesan moral yang bersifat universal dan kontekstual. Sehingga siapa saja dapat belajar untuk memaknai dan menerapkan prinsip moral Ramayana dalam berbagai kondisi. Melalui penelitian ini, peneliti akan mencoba untuk menginterpretasikan Kitab Ramayana, mengungkap pesan moral, dan kemudian mengkontekstualisasikannya ke dalam kehidupan bisnis kreatif. Tujuan utamanya adalah untuk menawarkan solusi strategis berupa pemikiran tentang bagaimana membangun landasan berpikir dan moral pelaku start up company. Dengan kata lain, untuk merumuskan kembali "the way of business" bagi start up company dalam mencari pencerahan yang bersumber pada Kitab Ramayana. Untuk memudahkan pembahasan, penelitian ini menetapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

"Bagaimana prinsip-prinsip moral dan pemikiran dalam Kitab Ramayana dapat menjadi solusi efektif manajemen start up company dalam industri kreatif?"

Adapun kisah Ramayana yang dibahas dibatasi pada prosesi perang Rama bersama bala Wanara menghadapi bala Rahwana. Pertimbangan ini didasari pemikiran analogi bahwa bisnis adalah perang. Artinya bahwa sebuah bisnis memiliki kesamaan prinsip dengan perang. Hal ini diungkap oleh Hou (1991) yang menelaah Seni Perang Sun Zi dalam pemikiran strategis bisnis dan Efferin & Soeherman (2010) bahwa bisnis identik dengan perang. Bahkan, banyak literatur manajemen yang mengambil kutipan dari Seni Perang. Penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat lebih besar pada pelaku start up company atau praktisi di samping memberikan wacana baru bagi perkembangan konsep dan pemikiran teoritis tentang manajemen bisnis kreatif. Karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka tujuan akhirnya bukanlah mencapai generalisasi, namun lebih pada upaya transferabilitas pemikiran.

2. METODOLOGI

Kajian ini merupakan kajian interpretif terhadap literatur dengan pendekatan analisis wacana yang terinspirasi oleh Scamati (2002) melalui interpretasi analogi kisah *The God father* dengan kepemimpinan dan manajemen bisnis. Kemudian karya interpretatif Sukoharsono (2010) yang mengangkat analogi moral Film *Avatar* dengan akuntansi sosial dan lingkungan. Kedua peneliti tersebut mencoba memaknai alur kisah beserta penokohan untuk menemukan *value* yang dikontekstualisasikan dalam bidang bisnis. Untuk mengungkap makna mendalam (*parole*) dalam kisah (Ramayana), penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sehingga unsur akan diutamakan dan peneliti akan terlibat langsung dalam proses interpretasi, pencarian makna yang pada akhirnya melahirkan asumsi-asumsi bahkan pemikiran baru dalam bentuk proposisi yang relevan dengan kebutuhan bisnis saat ini. Hal inilah yang dimaksud oleh Burrell & Morgan (1979) bahwa manusia selalu menyatu dengan realitas (obyek) penelitian. Hakikatnya adalah bahwa manusia sendiri yang akan menciptakan dunia atau *cosmos*-nya.

Analisis wacana dalam kajian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang bertujuan untuk mengungkap makna-makna tertentu dalam sebuah wacana. Dalam kepentingan ini, proses analisis wacana dilalui melalui tiga tahapan yaitu: 1) Eksplorasi; 2) Interpretasi; dan 3) Rekreasi atau kontekstualisasi (Darmojo dalam Nugraha (2012)) yang selaras dengan pendekatan yang digagas oleh Fairclough dalam Jorgensen & Phillips (2002). Untuk menjaga kualitas, analisis wacana ini akan memperhatikan faktor-faktor relevan berikut (Badara, 2012):

1. Lebih mengutamakan pemaknaan teks daripada penjumlahan/ struktur unit kategori. Untuk itu, proses interpretasi memiliki peran yang dominan.
2. Fokus pada pesan tersembunyi (*latent*). Hal ini diperlukan karena banyak teks komunikasi yang menyampaikan sebuah informasi dengan cara implisit.

3. Tidak berusaha mencapai generalisasi karena setiap peristiwa (dalam sebuah wacana) bisa saja bersifat spesifik dengan konteks sosial yang mungkin berbeda satu sama lain.

Untuk meningkatkan justifikasi proposisi dan pernyataan, penelitian ini diperkuat dengan data lapangan yang diperoleh melalui studi kasus pada PT Mekanima Inspira Nagara, sebuah perusahaan *transmedia story telling* yang bergerak di industri kreatif. Pengumpulan literatur Kitab Ramayana dimulai dari pertimbangan pemilihan versi Ramayana mengingat lebih dari ratusan versi Ramayana telah beredar di seluruh dunia. Selanjutnya, untuk menjaga orijinalitas dan kemanfaatan yang dapat diberikan dalam implikasi praktis, pilihan dipersempit dalam versi India yang juga diadopsi di Jawa dan Bali (Indonesia). Setelah melalui pertimbangan, peneliti menetapkan Kitab Ramayana versi Walmiki yang diterjemahkan oleh Rajagopalachari sebagai acuan utama. Hal ini dikarenakan konsistensi tulisan Rajagopalachari untuk menjaga orijinalitas esensi pemikiran Walmiki serta telah dilengkapi dengan analisis kontemporer. Perolehan wacana yang sebagian besar adalah wacana kuno tersebut berasal dari berbagai macam sumber buku cetak, *e-book*, dan situs internet baik yang didapat melalui upaya mandiri maupun hadiah dari sastrawan dan perupa wayang Indonesia dan perpustakaan Pura Hindu Perak Surabaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan memaparkan hasil telaah Kitab Ramayana dan data hasil temuan lapangan yang kemudian akan dimaknai atau diinterpretasikan bersamaan untuk mencari benang merah dan menemukan nilai moral yang terkandung dalam Kitab Ramayana dan relevan dengan konteks bisnis *start up modern*.

3.1. Eksplorasi Ramayana

Manuskrip Ramayana dari versi asli Walmiki ditulis di Nepal pada tahun 1401. Ramayana terdiri dari sekitar 24.000 sloka atau bait puisi dalam tujuh kanda atau babak atau bab (Balakanda, Ayodhyakanda, Aranyakanda, Kiskindhakanda, Sundarakanda, Yuddhakanda, dan Uttarakanda). Ramayana menceritakan kisah seorang pangeran, Rama dari Ayodhya dalam perjuangan menyelamatkan, Sita istrinya yang diculik oleh Rahwana. Dalam perkembangannya, Kitab Ramayana telah memengaruhi kehidupan dan kebudayaan masyarakat India dan Hindu di luar India (Kamboja, Indonesia, Filipina, Thailand, Laos, dan Burma) karena Ramayana lebih berisikan ajaran Hindu kuno atau Weda dalam bentuk cerita dan metafora, seperti dipaparkan dalam penelitian Mahulikar (—).

Walmiki menyampaikan pesan moral kepada dunia melalui Kitab Ramayana, khususnya melalui penokohan Rama, tokoh sentral dalam Ramayana. Ramayana merupakan cerminan pemikiran Walmiki. Swingerwood dalam Endraswara (2011) menyatakan bahwa sastra atau wacana merupakan cerminan dari bagaimana penulis memandang dan memaknai dunia/ realitas. Hal ini dipertegas oleh Hardjana (1991) dan Stanton (2007) tentang pendekatan psikoanalisis sastra atau fiksi psikologi yang menyebutkan bahwa sastra diciptakan pengarang berdasarkan kondisi psikologis yang dibangun oleh pengarangnya. Menurut pernyataan Narsa, salah seorang pemeluk agama Hindu Bali, "Ramayana tidak sekadar menyampaikan kisah cinta Rama dan Sinta atau kebaikan melawan kejahatan. Ramayana menggambarkan keadaan dunia dalam panggung hitam dan putih. Setiap tokoh ditujukan untuk menyampaikan pesan khusus secara universal." Jika direfleksikan lebih dalam, kisah Ramayana mengandung hakikat tentang strategi perang yang mengagumkan. Sebuah episode tentang pertempuran puncak antara pasukan Wanara (manusia kera) yang dipimpin oleh Rama melawan pasukan Raksasa (Asura) yang dipimpin oleh Rahwana.

Prosesi ini tidak hanya mengandung prinsip strategi perang, namun juga kepemimpinan, moral, dan spiritualisme.

Hingga saat ini, kehadiran Ramayana masih dipandang sebagai unsur religi dan sastra semata. Hal ini terbukti dari sulitnya pencarian jurnal, bahkan literatur populer tentang aplikasi kebijaksanaan Ramayana dalam bisnis modern. Penyebabnya mungkin saja sulitnya pembuktian secara empiris keberadaan Ramayana secara nyata atau kurangnya relevansi Ramayana dalam bisnis. Namun dalam konteks sastra, kita akan menemukan banyak penelitian terkait Ramayana seperti tesis Aji (2012) dan Tunggono et al (2010) yang menelaah Ramayana dari perspektif semiotika dan penokohan sastra. Sedangkan artikel-artikel lain yang berkembang hanya sebatas sepele opini yang mencoba memaknai hakikat Ramayana dalam kehidupan sehari-hari seperti yang dilakukan oleh Amrih (2012) dalam blog pribadinya, Wayang Indonesia (2010), dan blog Alangalangkumitir 2008 yang ditujukan sekadar sebagai inspirasi kehidupan masa kini.

Melalui penelitian ini, peneliti tertantang untuk mengeksplorasi dan menemukan prinsip-prinsip kehidupan Ramayana yang dapat dikontekstualisasikan ke dalam dunia bisnis modern, sebagai referensi pemikiran *start up company* yang berjuang di medan industri kreatif.

3.2. Interpretasi Prinsip Keberhasilan Perang Rama

Rama dikisahkan sebagai calon putra mahkota kerajaan Ayodia yang memiliki istri bernama Sinta, putri yang ia nikahi setelah memenangkan sayembara mematahkan busur Siwa. Karena iri hati, ibu mertua Rama menghasut ayahnya untuk mengusir Rama dan istrinya dari kerajaan. Rama menerima perintah ini sebagai bentuk ketaatan dan pemenuhan akan panggilan spiritual yang ia dapatkan sesaat setelah ia berhasil menaklukkan busur Siwa. Rama, Sinta istrinya, dan Laksmana adiknya berkelana di hutan Dandaka. Berita ini terdengar oleh Rahwana, raja Alengka yang berhasrat untuk memiliki Sinta. Singkat cerita, Rahwana berhasil menculik Sinta dan membawanya terbang ke Alengka. Di sinilah awal perjalanan Rama hingga prosesi perang besar itu dirancang. Untuk memudahkan pembahasan, peneliti membagi prosesi perang tersebut ke dalam tiga fase, yaitu Anoman Obong, Penyusunan Strategi dan Bala Tentara, dan Senja di Alengka.

3.2.1. Anoman Obong

Singkat cerita, setelah bertemu Jatayu (garuda yang sempat menghalang Rahwana ketika menculik Sinta), Rama dan Laksmana bergerak menuju Kiskenda, kerajaan Wanara atau manusia setengah kera untuk meminta petunjuk dan bantuan. Atas permintaan Rama, Sugriwa, raja Wanara mengutus Hanoman, Wanara berbulu putih untuk mencari lokasi Alengka yang tidak diketahui sebelumnya. Hanoman membawa misi untuk mengetahui keberadaan Alengka dan memastikan bagaimana keadaan Sinta. Di luar dugaan, Hanoman berinisiatif untuk berbuat onar dan memporakporandakan sebagian Alengka dengan kobaran api. Di Jawa, peristiwa ini dikenal dengan Anoman Obong. Melalui interpretasi, peneliti menyimpulkan tujuan utama Hanoman berbuat onar di Alengka adalah untuk menguji dan mengetahui kekuatan Alengka. Sebagai upaya perolehan informasi sebelum penyusunan strategi perang. Hanoman berhasil lolos dan menceritakan keadaan Sinta dan informasi kualitas pasukan Alengka pada Rama dan Sugriwa.

3.2.2. Penyusunan Strategi dan Membangun Bala Tentara

Setelah mendapat kabar dari Hanoman, Rama, Laksmana, dan Sugriwa mulai menyusun strategi bagaimana menggerakkan pasukan menuju Alengka yang terpisah oleh samudra luas. Pembicaraan diawali dengan diskusi dan analisis tentang medan dan kekuatan pasukan Alengka serta strategi menyeberangi lautan luas. Kemudian, mereka mulai menyusun bala tentara berdasarkan kemampuan uniknya, seperti pasukan yang memahami

medan s
Ada yang
instruksi
penduduk
Wibisana,
terhadap
dengan b
matang, r
Rama dal

1.2.3. Senja

Set
Kedua pih
Kumbakar
oleh pasuk
senjata B
Kemenang
Melalui int
pengendali
Dengan kat

1.3. Kontek

Keti
perolehan i
sangat rele
juga bukan
ketiga prins
kemenanga

PT M

satu dari se
mencapai p
didinkan se

yaitu mena
disamping

seperti kom
seperti PT

sebagainya
internasiona

Wekanima s
animasi unt

Hasil wawar
justifikasi ya
yang mena

untuk mem
kerja. "Sec
melalui kon

satu perusa
Unt
peneliti me
tersebut, y
implisit jug

sebagai pemimpin di garis depan dan pasukan-pasukan terkuat di garis belakang. Rama yang bergerak di udara, ada yang berjalan di darat. Dengan tegas, Rama juga memberi perintah dari lata tertib perang dengan tegas seperti larangan mengganggu kota dan penduduk yang mereka lewati. Sebelum sampai di tepi samudra, mereka bertemu dengan Wisana, adik Rahwana yang berbalik arah dan berpihak pada Rama karena kekesalannya terhadap kejahatan Rahwana. Singkat cerita, pasukan Rama berhasil menyeberangi samudra dengan bantuan Dewa Laut. Melalui interpretasi, peneliti menemukan prinsip perencanaan matang, membangun kerja sama, dan kepemimpinan menjadi faktor utama keberhasilan Rama dalam menggerakkan pasukan besar menuju tanah Alengka.

3.2.1 Senja di Alengka

Setiba di Alengka, pertempuranpun dimulai. Alengka yang indah menjadi lautan darah. Kedua pihak saling mengirimkan prajurit dan petarung terbaiknya seperti Indrajit, Prahasta, Kumbakarna, Anggada, dan Anila. Semangat dan kekuatan pasukan Rama tidak tertandingi oleh pasukan Alengka, hingga pada akhirnya Rama berhasil mengalahkan Rahwana dengan senjata *Brahmastra* yang mampu menembus menghancurkan kesaktian Rahwana. Kemenangan di pihak Rama. Ia berhasil menaklukkan Alengka dan menyelamatkan Sinta. Melalui interpretasi, peneliti mencatat besarnya peran semangat juang, proses, dan pengendalian dalam mencapai target (mengalahkan Rahwana dan menyelamatkan Sinta). Dengan kata lain, kemenangan tidak akan dapat diraih tanpa adanya target dan pencapaian.

3.2.2 Kontekstualisasi dalam Bisnis Modern

Ketiga fase prosesi perang Ramayana menekankan pada pentingnya pengujian dan pemberian informasi, penyusunan strategi dan pasukan, dan target dan pencapaian yang sangat relevan diaplikasikan dalam dunia bisnis, khususnya untuk *start up company*. Rama juga bukan ahli perang yang berpengalaman. Ini adalah perang besar pertamanya. Dengan ketiga prinsip tersebut, Rama yang belum berpengalaman dan kecil berhasil meraih kemenangan besar.

PT Mekanima Inspira Nagara atau Mechanimotion Entertainment merupakan salah satu dari sekian banyak *start up company* yang bergerak di sektor industri kreatif dan berhasil mencapai prestasi yang cemerlang (untuk ukuran *start up company* lokal). Perusahaan yang didirikan sejak tahun 2012 ini memiliki kekhususan dalam bidang *transmedia story telling*, yaitu menawarkan solusi *marketing* dan *branding* melalui berbagai media secara sinerjis, termasuk menciptakan dan menjual berbagai *intellectual property* (IP) dan media kreatif seperti komik, *game*, *apps*, novel, dan animasi. Mekanima menangani klien bisnis (B2B) seperti PT Telkom Indonesia, organisasi Buddhist Education Centre, PT MTC, dan sebagainya. Produk-produk internal Mekanima telah didistribusikan di tingkat nasional dan internasional melalui berbagai *market place* dan sosial media. Dalam setiap proyek, Mekanima selalu membangun kerja sama eksklusif dengan berbagai studio seperti *game* dan animasi untuk merealisasikan konsep yang dirancang dengan lebih cepat dan berkualitas. Hasil wawancara bersama AR Wirawan, salah satu *founder* dan CEO Mekanima memberikan konfirmasi yang kuat tentang relevansi prinsip perang Ramayana dalam bisnis modern. Hal yang menarik dari Mekanima adalah bahwa para tim perusahaan tersebut juga diwajibkan untuk memahami kebijaksanaan lokal seperti Ramayana dan Mahabarata sebagai pedoman kerja. "Secara pribadi, sejak kecil saya memang suka cerita wayang. Saya mengenalnya melalui komik-komik alm. RA Kosasih", tutur CEO Mekanima. Mekanima merupakan salah satu perusahaan yang berusaha menanamkan budaya organisasi dari kearifan lokal.

Untuk memudahkan pemahaman implementasi prinsip Ramayana dalam bisnis, peneliti memberikan istilah baru untuk ketiga fase dan prinsip prosesi perang Ramayana tersebut, yaitu validasi, perancangan strategi, dan pengukuran. Ketiga prinsip ini secara implisit juga telah diterapkan oleh Mekanima untuk meraih prestasi terbaik.

a. Validasi

Produk yang siap dijual adalah produk yang telah lolos uji minat pasar atau dengan kata lain telah memiliki *captive market* atau *early adopter*. Pengujian produk harus dilakukan untuk meminimalkan risiko kegagalan dan sebaliknya, meningkatkan peluang sukses. Proses ini mulai dipopulerkan dengan istilah validasi oleh Ries (2013). Hal yang sama dilakukan oleh Hanoman ketika ia berbuat onar dan membakar sebagian istana Rahwana dengan tujuan memastikan kondisi lawan atau menguji kualitas lawan sebelum melancarkan perang. Bagi *start up company*, validasi merupakan hal yang sangat vital. Seringkali produk-produk baru tidak laku di pasar karena lemahnya validasi. Mereka membuat produk tanpa melakukan riset pasar, tanpa memahami perilaku dan minat calon konsumen. Dengan validasi yang baik, perusahaan dapat merancang produk yang bernilai bagi konsumen, meskipun mungkin bukan produk terbaik bagi perancang karena produk yang baik adalah produk yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen dan laku.

Di dalam mengembangkan sebuah IP, Mekanima banyak memanfaatkan jalur sosial media untuk mendapat masukan dan *feedback* gratis. "Kami meng-*upload* desain karakter awal dan meminta masukan dari komunitas dan *early adopter* sebelum melakukan finalisasi *concept art*", tutur Jimmy, salah seorang tim desain. Bagi Mekanima, validasi akan mengurangi risiko tidak diterimanya sebuah IP. Strategi yang sama juga sering dilakukan perusahaan pengembang aplikasi yang menerbitkan versi Beta untuk mendapat masukan sekaligus menguji minat pasar.

b. Perancangan Strategi

Setelah memahami kondisi Alengka, Rama mulai merancang strategi dan membangun pasukan. Hal sama yang harus dilakukan oleh pebisnis. Strategi merupakan panduan pencapaian tujuan. Untuk mencapai tujuannya, Rama membangun strategi aliansi dengan pasukan Wanara, Wibisana, dan Dewa Laut. Aliansi merupakan salah satu strategi yang dibangun oleh Mekanima. "Mengerjakan proyek secara profesional dalam jangka waktu pendek hanya dapat dilakukan lewat kerja sama dengan banyak pihak", kata Wirawan. Mekanima memiliki banyak *partner* bisnis seperti Elven games, Deluzion, OHA studio, dan Moon Eclipse yang tersebar di kota-kota besar Indonesia dan Osaka, Jepang.

Selain aliansi, kepemimpinan memegang peran sangat penting di dalam mengendalikan seluruh tim. Dalam proyek *The Adventure of Wanara* yang didanai oleh PT Telkom sebagai *reward* dari prestasi Mekanima dalam *even Indigo Incubator 2011*, Mekanima melibatkan lebih dari 60 orang berbakat yang tersebar di berbagai kota. Menurut Mekanima, tantangan terbesar dari proyek ini adalah ketika menyatukan visi seluruh tim dan proses supervisi yang harus ketat untuk menjaga kepercayaan investor dan kualitas produk. Namun perkembangan teknologi telah memungkinkan model bisnis demikian berjalan dengan efektif dan efisien. "Kami memanfaatkan *dropbox*, *basecamp*, *whatsapp*, dan *kalender* bisnis. Strategi demikian sangat efisien bagi *start up company* yang menangani proyek-proyek besar dengan keterbatasan modal dan sumber daya.

c. Pengukuran

Prinsip terakhir yang dapat kita pelajari dari prosesi perang Ramayana adalah penyusunan sistem pengukuran sebagai penilai prestasi dan pencapaian. Keberhasilan atau kegagalan dapat diketahui ketika kita memiliki target yang jelas dan terukur. Rama memiliki target, mengalahkan Rahwana dan menyelamatkan Sinta. Hal yang sama juga ia rancang ketika melepas Hanoman sebagai duta mencari lokasi Alengka. Hanoman diberi waktu 3 hari saja. Dengan target yang jelas, selain strategi lebih efektif, performa juga dapat diukur dengan *valid*.

Start up company tidak harus menerapkan sistem pengukuran yang rumit seperti *Balanced Score card* atau *Sig Sigma*, namun setidaknya harus memiliki target dan dapat

ditukur u
an't m
selalu b
respon
plug-in
penguku
merapika
dengan
berfungs
menjadi
mendata
K
berikut

WEASU

Gambar 1

Bag
kebutuhan
dan inovas
bagi orang
transferabil
menyese
siama sur

4. KESIMP

Star
dapat berju
Ramayana
up compa
dengan va
aset pasar
bisa menj
mengefisie
kepemimpi
implemen
perlu diper
proyek bes
company
memiliki ta

Prosiding 1

ukur untuk mengetahui performa bisnis sebenarnya. Seperti ungkapan Peter Drucker, "You can't manage what you can't measure." Di dalam pengembangan produk, tim Mekanima selalu berusaha untuk memantau dan mengukur setiap kemajuan proses seperti pemantauan respon melalui fasilitas analitik yang diberikan oleh sosial media atau melalui penanaman plug-in pada website, misalnya menargetkan jumlah Like dan Share facebook. Selain pengukuran nonfinansial demikian, sebuah *start up company* harus membiasakan diri untuk menerapkan sistem pengukuran finansial seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas terkait dengan keputusan investasi, kredit, dan urusan pajak. Sistem pengukuran tidak hanya berfungsi sebagai papan skor pertandingan, namun dengan pengelolaan yang tepat dapat menjadi dasar proses evaluasi dan pembelajaran yang baik untuk perbaikan di masa mendatang.

Ketiga fase bisnis tersebut secara sederhana dapat digambarkan dalam bagan berikut.



Gambar 1 Ramayana, *The Way of Business*

Bagi Mekanima, validasi, perancangan strategi, dan pengukuran merupakan kebutuhan utama yang harus dipenuhi di dalam setiap pengerjaan proyek karena kreativitas dan inovasi bukan hanya sekadar idealisme, namun lebih pada bagaimana memberi manfaat bagi orang lain. Prinsip inilah yang diharapkan dapat diadopsi atau sebagai bentuk transferabilitas dari studi literatur ini. Seperti yang diharapkan oleh Walmiki ketika menyelesaikan kisah Ramayana dengan ungkapan terkenalnya, "Selama gunung berdiri dan selama sungai mengalir, Ramayana akan selalu dibaca oleh umat manusia."

4. KESIMPULAN

Start up company dengan segala keterbatasannya bukan sebuah hambatan untuk dapat berjuang dan sukses dalam industri kreatif. Sifat universal yang melekat dalam kisah Ramayana memberi inspirasi baru bagi dunia bisnis (*The Way of Business*), khususnya *start up company* tentang pentingnya validasi, strategi dan aliansi, dan pengukuran. Terkait dengan validasi, perusahaan *start up* perlu melakukan pengujian produk, dengan melakukan riset pasar untuk memahami perilaku dan minat calon konsumen. Salah satu strategi yang bisa menjadi alternatif adalah dengan membentuk aliansi dimana strategi ini bisa mengefisienkan waktu untuk melakukan kerja sama dengan banyak pihak. Selain itu, kepemimpinan merupakan faktor penting dalam pengendalian tim yang terlibat dalam implementasi strategi. Pemanfaatan *social media* juga dapat menjadi alternatif strategi yang perlu dipertimbangkan untuk diterapkan. Strategi ini sangat efisien dalam menangani proyek-proyek besar dengan keterbatasan modal dan sumber daya. Dalam hal pengukuran, *start up company* tidak harus menerapkan sistem pengukuran yang rumit, namun setidaknya harus memiliki target terukur untuk mengetahui performansi bisnisnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada PAPPIPTEK LIPI atas kesempatannya berpartisipasi dalam Seminar Nasional Pengembangan IPTEK 2013. Terima kasih kepada PT Mekanima Inspira Nagara, OHA Studio, Deluzion, Moon Eclipse, dan Elven Games Studio atas dukungan dan kerja samanya dalam perolehan data. Terima kasih kepada para pembimbing penelitian Prof. Drs. Tjiptohadi Sawarjuwono, M.Ec., Ph.D., Ak.; Drs. H. Basuki, M.Com (HONS), Ph.D., Ak.; Prof. Eko Ganis Sukoharsono, M.Com (HONS), CSRS., Ph.D., Ak., dan Dr. I. Made Nana SE., M.Si., Ak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, B. S. 2012. *Menelaah Epos Ramayana Berdasarkan Semiotik Menurut A. Teeuw*, - Amrih, P. 2012. *Menggagas Kepemimpinan Sri Rama* [On-line]. Available: http://www.pitoyo.com/pitoyoamrih/index.php?option=com_content&view=article&id=315:menggagas-kepemimpinan-sri-rama&catid=44:seri-cermin-dunia-wayang&Itemid=80, download: 4 April 2013.
- Badara, A. 2012. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana.
- Burrell, G. & Morgan, G. 1979. *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*, Ashgate Publishing.
- Endraswara, S. 2011. *Metodologi Penelitian Sosiologi Sastra cetakan pertama*, CAPS, Sleman, Yogyakarta.
- Efferin, S. & Soeherman, B. 2010. *Seni Perang Sun Zi dan Sistem Pengendalian Manajemen*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Hardjana, A. 1985. *Kritik Sastra: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Gramedia.
- Hou, W. C., Sheang, L. K., Hidajat, B. W. 1991. *Sun Tzu: War and Management, Application to Strategic Management and Thinking*. Addison-Wesley Publishing Company, Singapore.
- Jorgensen, M. & Phillips, J. L. 2002. *Discourse Analysis as Theory and Method*, Sage Publication.
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. 1996. *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action* 1st Edition, Harvard Business Review Press.
- Loveinfographics, 2013. *New Product Failure Rates* [On-line]. Available: <http://www.loveinfographics.com/categories/business-finance-infographics/new-product-failure-rates-infographic-infographic>
- Mahulikar, G. --- *Effect Of Ramayana On Various Cultures And Civilisations*, ---
- Macintosh, N. 2003. From Rationality to Hyperreality: Paradigm Poker, *International Review of Financial Analysis* 12 (2003) 453-465.
- Nugraha, F. 2012. *Discourse Analysis Sebuah Pendekatan dan Gugatan* [On-line]. Available: <http://upacarausia.blogspot.com/2012/01/discourse-analysis-sebuah-pendekatan.html>, download: 23 Februari 2013.
- Ries, E. 2011, *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, Crown Business.
- Scarnati, J. T. 2002. The Godfather Theory of Management: An Exercise in Power and Control, *Management Decision* 40/9 [2002] 834-841.
- Sukoharsono, E. G. 2010. *Metamorfosis Akuntansi Sosial Dan Lingkungan: Mengkonstruksi Akuntansi Sustainabilitas Berdimensi Spiritualitas*, *Pidato Pengukuhan Guru Besar* 13 Desember 2010, Universitas Brawijaya.
- Stanton, R. 2007. *Teori Fiksi*, Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- Tunggono, E. R. & Elizabeth, I. 2010. *Pemaparan Penggambaran Tokoh Dalam Cerita Ramayana Di Relief Candi Panataran Di Blitar, Jawa Timur Dengan Penggambaran*

Toko
Unive
WayangIndon
http://
2013.

Tokoh Dalam Cerita Ramayana Pada Wayang, Tarian, Patung Dan Lukisan Di Bali,
Universitas Kristen Maranatha Bandung 2010.

WayangIndonesia, 2010. *Filosofi Kisah Ramayana* [On-line]. Available:
<http://wayang.wordpress.com/2010/03/06/filosofi-kisah-ramayana>, download: 7 April
2013.