

Prosiding Seminar Nasional Bagian I
Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI

**REVOLUSI INDUSTRI 4.0
DAN PEMBANGUNAN EKONOMI
BERKELANJUTAN**

Editor:

Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy

Prof. Dr. Achmad Suryana

Dr. Riant Nugroho

Dr. Y.B. Suhartoko

Judul

Prosiding Seminar Nasional Bagian I
Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI
Revolusi Industri 4.0 dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan

Perpustakaan Nasional:

Katalog Dalam Terbitan (KDT)
ISBN: 978-623-9234-0-5
15,5 x 23 cm

Cetakan Pertama, 2019

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang
All rights reserved

Editor:

Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy
Prof. Dr. Achmad Suryana
Dr. Riant Nugroho
Dr. Y.B. Suhartoko

Desain Sampul dan Tata Letak:

Tim Kreatif Lingkar Muda Mandiri

Diterbitkan oleh:

Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI
Gedung Nusantara I Lt. 2
Jl. Gatot Subroto Jakarta 10270
Telp. (021) 5715409 Fax. (021) 5715245

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000.00 (satu miliar rupiah)

Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000.00 (empat miliar rupiah)

KATA PENGANTAR

Dalam beberapa dekade terakhir, telah terjadi perkembangan teknologi informasi dan internet yang sangat pesat yang mendorong terjadinya revolusi industri 4.0. Perkembangan teknologi ini tidak hanya sekedar membuka interaksi secara luas namun juga mendisrupsi berbagai bidang kehidupan manusia. Fenomena disrupsi memberikan dampak perubahan yang besar dalam berbagai bidang. Disrupsi tidak hanya mengubah bisnis, tapi fundamental bisnisnya. Mulai dari struktur biaya sampai ke budaya, dan bahkan ideologi dari sebuah industri. Paradigma bisnis pun bergeser dari penekanan *owning* menjadi *sharing* (kolaborasi). Contoh nyata adalah hadirnya Go-jek, perusahaan berbasis teknologi informasi yang memberikan layanan transportasi umum roda dua di awal berdirinya, telah mampu mengubah bisnis transportasi di Indonesia secara signifikan. Bahkan kehadiran perusahaan ini juga mengancam eksistensi bisnis taksi konvensional. Selain itu juga adanya perpindahan bisnis retail (toko fisik) ke dalam *e-commerce* yang menawarkan kemudahan dalam berbelanja, cukup memberikan dampak bagi industri retail di Indonesia.

Dengan demikian, salah satu konsekuensi dari revolusi industri 4.0 adalah lahirnya proses digitalisasi dalam segala bidang. Hal ini juga yang menjadikan paradigma tentang ekonomi dan marketing juga berubah. Produksi, distribusi, hingga pemasaran harus mengikuti gerak digitalisasi ekonomi dunia yang terus berkembang. Tentu perubahan membawa sesuatu baru yang menguntungkan bagi pelaku ekonomi. Hari ini faktor ekonomi semua bergerak menuju digitalisasi ekonomi dengan menekankan kekuatan teknologi dan informasi. Jangkauan luas dan kecepatan yang signifikan menjadi keunggulan digitalisasi ekonomi tersebut. Revolusi industri ini akan menjadi corak umum pengembangan ekonomi global ke depan. Ibarat dua sisi pada sebuah koin, era baru yang penuh disrupsi ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi pemenuhan tujuan pembangunan berkelanjutan tersebut. Pada satu sisi Implementasi Revolusi Industri 4.0 di satu sisi niscaya mendorong produktivitas dan efisiensi dalam produksi produk dan jasa. Selain

itu, era baru ini menyediakan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. Namun di sisi lain disrupsi berpotensi menghilangkan jenis pekerjaan tertentu atau meningkatkan angka pengangguran. Tanpa penanganan dan persiapan matang dan tepat, ancaman ini tentu akan mengganggu upaya pemenuhan tujuan pembangunan berkelanjutan atau *sustainable development goals* (SDGs), terutama terkait dengan pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi.

Datangnya Revolusi Industri 4.0 adalah periode baru dengan perubahan yang mendalam dan transformatif. Transformasi Industri 4.0 melaju dengan kecepatan yang eksponensial, tidak linear. Karena itu, dunia perlu menanggapi Industri 4.0 dengan pendekatan yang terintegrasi dan komprehensif, melibatkan semua pemangku kepentingan, dari sektor publik dan swasta hingga akademisi dan masyarakat sipil. Untuk itu, topik mengenai revolusi industri 4.0 dan bagaimana pengaruhnya terhadap pencapaian tujuan pembangunan ekonomi berkelanjutan, masih merupakan isu yang sangat penting untuk didiskusikan agar ditemukan formula yang tepat dalam pengambilan kebijakan yang tepat bagi pemangku kebijakan.

Pada kesempatan yang baik ini, saya sampaikan selamat kepada para peneliti yang dengan tekun dan inovatif telah menghasilkan karya tulis ilmiah yang bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman terkait dengan revolusi industri 4.0 dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Saya juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy, Prof. Dr. Ir. Achmad Suryana, M.S., Dr. Riant Nugroho, M.Si, dan Dr. Y.B. Suhartoko, ME yang telah mencurahkan pikiran dan waktunya dalam melakukan kegiatan editorial, sehingga buku ini layak untuk diterbitkan. Semoga invensi dan inovasi yang tersaji dalam buku ini bermanfaat bagi terciptanya kemajuan ekonomi Indonesia di Era Revolusi Industri 4.0. Amin.

Jakarta, Oktober 2019
Kepala Pusat Penelitian
Badan Keahlian DPR RI
Dr. Indra Pahlevi, S.IP., M.Si.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
IMPLEMENTASI SISKEUDES SECARA <i>ONLINE</i> DAN TSUNAMI REGULASI KEUANGAN DESA (STUDI DESA DI KABUPATEN BATANG HARI PROVINSI JAMBI)	
<i>Mardianis</i>	1
I. PENDAHULUAN	2
II. METODE	8
III. PEMBAHASAN	9
IV. PENUTUP	24
Ucapan Terima Kasih	26
DAFTAR PUSTAKA	27
PENGARUH PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DALAM MENGURANGI KEMISKINAN DI KABUPATEN SUMEDANG DAN KOTA BANDUNG PROVINSI JAWA BARAT	
<i>Nugrahana Fitria Ruhyana dan Wiedy Yang Essa</i>	31
I. PENDAHULUAN	32
II. METODOLOGI	38
III. PEMBAHASAN	41
IV. KESIMPULAN	51
UCAPAN TERIMA KASIH.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
<i>FINTECH LENDING</i> BAGI SEKTOR PERTANIAN	
<i>Gabriella Susilowati</i>	61
I. PENDAHULUAN	62
II. METODOLOGI	65
III. PEMBAHASAN	65
IV. PENUTUP	85
DAFTAR PUSTAKA	88

**DINAMIKA EKONOMI INDUSTRI KERAJINAN KERIS SUMENEP
DI ERA INDUSTRI 4.0**

<i>Mulyadi, Vice Admira Firnaherera, dan Bonnie Soeherman</i>	91
I. PENDAHULUAN	92
II. METODOLOGI PENELITIAN.....	96
III. PEMBAHASAN	97
IV. KESIMPULAN	107
DAFTAR PUSTAKA	108

**ANALISIS MAKING INDONESIA 4.0 DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP SDGs POIN 1 (KEMISKINAN)**

<i>Abdul Ghofar Triansyah Aldinna Razaak, dan Fazlar Rifda Taqia</i>	111
I. PENDAHULUAN	112
II. METODOLOGI	120
III. PEMBAHASAN	121
IV. PENUTUP	128
DAFTAR PUSTAKA	130

**SENTUHAN REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DALAM
INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM)
PEMBUATAN KAIN TAJUNG DI PALEMBANG**

<i>Serlika Aprita, Febrina Hertika Rani, Dea Justicia Ardha, dan Syahriati Fakhriah</i>	133
I. PENDAHULUAN	134
II. METODOLOGI	136
III. PEMBAHASAN	138
IV. PENUTUP	148
DAFTAR PUSTAKA	150

**MERESPON USULAN RENCANA PEMBANGUNAN DAERAH
MELALUI DIGITALISASI DATA OLEH
DEWAN PERWAKILAN DAERAH REPUBLIK INDONESIA**

<i>Rama Mahesa dan Arief Maulana</i>	153
I. PENDAHULUAN	154
II. METODOLOGI	159
III. PEMBAHASAN	159
IV. PENUTUP	171
DAFTAR PUSTAKA	173

PENERAPAN STRATEGI INOVASI UNTUK PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM MENGHADAPI TANTANGAN ERA INDUSTRI 4.0

<i>Dewi Nurbaiti</i>	175
I. PENDAHULUAN.....	175
II. METODOLOGI.....	179
III. PEMBAHASAN.....	181
IV. PENUTUP.....	184
DAFTAR PUSTAKA.....	185

STRATEGI PEMASARAN DARING SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DEKORASI RUMAH

<i>Syihaabul Huda</i>	187
I. PENDAHULUAN.....	187
II. METODOLOGI.....	190
III. PEMBAHASAN.....	190
IV. PENUTUP.....	196
UCAPAN TERIMA KASIH.....	197
DAFTAR PUSTAKA.....	198

DESAIN *BIG DATA* UNTUK OPTIMALISASI UMKM DEMI MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH

<i>Ananto, Eko Adityo dan Rosyidi, Bahrul Fauzi</i>	201
I. PENDAHULUAN.....	201
II. METODOLOGI.....	203
III. PEMBAHASAN.....	204
IV. PENUTUP.....	211
DAFTAR PUSTAKA.....	212

DINAMIKA EKONOMI INDUSTRI KERAJINAN KERIS SUMENEP DI ERA INDUSTRI 4.0

Mulyadi

Universitas Surabaya, Jalan Raya Kalingrungkut, Kota Surabaya,
mulyadiubaya@gmail.com

Vice Admira Firnaherera

Ombudsman RI Perwakilan Provinsi Jawa Timur,
Jalan Ngagel Timur No. 56 Kota Surabaya,
firnaherera@gmail.com

Bonnie Soeherman

Universitas Surabaya, Jalan Raya Kalingrungkut, Kota Surabaya,
Bee7179@gmail.com

Abstrak

Keris merupakan benda hasil karya budaya adiluhung bangsa Indonesia. Selain memiliki nilai seni yang indah, keris juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Oleh karena itu, beberapa kalangan di Indonesia menjadikan keris sebagai benda investasi. Hal ini menunjukkan adanya dinamika fungsi keris, dari benda budaya menjadi benda investasi untuk menjaga nilai keuangan. Seiring dengan perkembangan jaman, dunia perkerisan Indonesia juga ikut berubah. Keberadaan revolusi industri 4.0 telah mendisrupsi kehidupan banyak orang yang berkecimpung di dunia perkerisan. Penggunaan beragam teknologi virtual dan canggih merupakan langkah yang efektif untuk membawa keris ke ranah ekonomi digitalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika ekonomi perkerisan Sumenep di era revolusi industri 4.0. Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan paradigma interpretif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan analisis dokumen, yang kemudian dianalisis menggunakan Interpretative Phenomenological Analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa revolusi industri 4.0, khususnya dalam hal teknologi Internet of Things, berperan besar dalam kehidupan ekonomi dunia perkerisan. Keberadaan media online telah mendorong keris untuk masuk ke dunia e-commerce. Saat ini sudah banyak pelaku perkerisan yang memasarkan keris melalui media sosial, website, ataupun portal jual beli online. Dengan cara ini market share keris pun bertambah luas. Sebagai

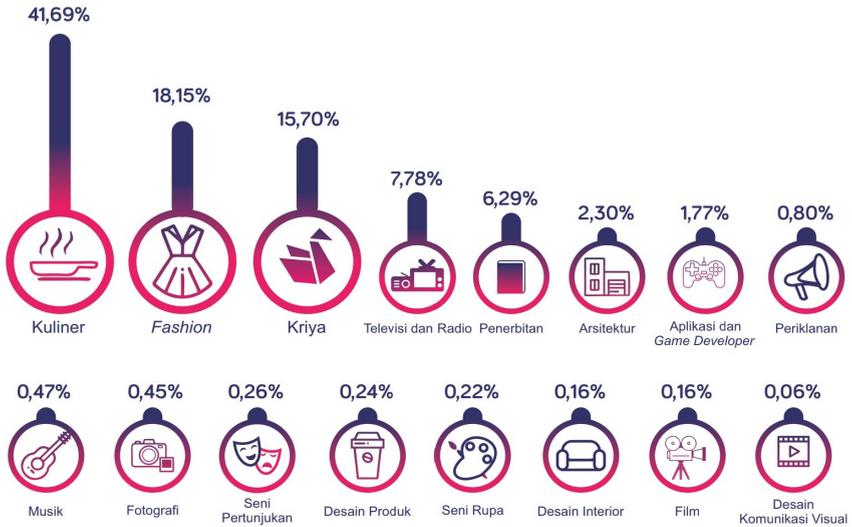
salah satu produk industri kreatif yang berbasis budaya, pasar keris tidak hanya terbatas pada kalangan pencinta keris, tetapi telah meluas ke banyak kalangan. Meluasnya market share tentunya akan diikuti oleh peningkatan permintaan akan keris. Kondisi ini, akhirnya akan mendorong munculnya reaksi berantai dinamika ekonomi perkerisan, mulai dari tingkat empu dan pengrajin (produsen), bakul (pedagang/distributor), hingga pengguna keris (konsumen).

Kata kunci: dinamika ekonomi; industri 4.0; keris

I. PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 merupakan fase revolusi industri keempat yang hadir dengan beragam teknologi virtual dan canggih. Digitalisasi, *computing power*, dan *data analytic* telah melahirkan terobosan-terobosan yang mengejutkan di berbagai bidang dan mendisrupsi kehidupan banyak orang (Rosyadi, 2018). Saat ini aktivitas bisnis dan ekonomi sudah didominasi oleh transaksi *online* berbasis jaringan internet menggunakan perangkat komputer dan smartphone. Hal ini membuat beberapa perusahaan retail yang mengandalkan jaringan gerai *offline* sudah mulai berguguran. Bahkan, bisnis yang sebelumnya banyak mengandalkan sektor *offline* kini mulai merambah ke sektor *online*. Hal ini dialami oleh bisnis dari produk-produk yang tergabung dalam industri kreatif.

Dalam beberapa tahun ini, industri kreatif telah menjadi salah satu sektor industri yang memiliki potensi berkembang dan memberikan kontribusi bagi perekonomian di Indonesia. Menurut data statistik ekonomi kreatif Indonesia pada 2016 menyebutkan bahwa sejak 2010 hingga 2015, besaran PDB ekonomi kreatif mengalami kenaikan rata-rata 10,14% setiap tahunnya, yaitu dari Rp 525.96 triliun menjadi Rp 852.24 triliun. Nilai ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional berkisar 7,38% sampai 7,66%, yang didominasi oleh tiga subsektor, yaitu kuliner dengan 41,69%, fashion 18,15%, dan kriya 15,70%. Sementara untuk sektor penyerapan tenaga kerja ekonomi kreatif 2010 hingga 2015 mengalami pertumbuhan sebesar 2,15 persen, dimana jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2015 sebanyak 15,9 juta orang (Badan Ekonomi Kreatif, 2017). Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kontribusi PDB ekonomi kreatif menurut subsektor dapat dilihat pada gambar 1 berikut.



Sumber: Badan Ekonomi Kreatif, 2017.

Gambar 1. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Berdasarkan 16 Subsektor Tahun 2016.

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa seni kriya menjadi salah satu subsektor yang mendominasi perolehan PDB dari industri kreatif Indonesia. Indonesia memiliki banyak pelaku seni kriya yang kreatif dan piawai dalam berbisnis. Banyak dari mereka berhasil memasarkan produknya sampai ke pasar luar negeri. Produk-produk kriya Indonesia terkenal dengan *hand made* dan memanfaatkan hal tersebut sebagai nilai tambah, sehingga bisa dipasarkan dengan harga yang lebih tinggi. Salah satu seni kriya ini adalah keris.

Keris merupakan salah satu dari sekian banyak karya seni dan budaya asli Indonesia yang diwariskan secara turun temurun dari nenek moyang bangsa ini. Menurut Harsrinuksmo (1986: 14) keberadaan keris diperkirakan sudah ada sejak sebelum abad ke-10 Masehi. Semula keris diciptakan sebagai senjata tikam untuk berperang, tetapi dalam perkembangannya fungsi keris berubah menjadi benda pusaka, simbol status sosial, lambang kewibawaan kerajaan, dan perlengkapan busana adat yang bernilai seni tinggi. Dahulu, status seseorang di masyarakat dapat dikenali dengan melihat keris yang disandangnya. Keris yang memiliki nilai seni tinggi menjadi tanda bahwa pemiliknya memiliki status sosial yang tinggi, seperti kerabat raja, bangsawan, atau pejabat tinggi pemerintah.

Demikian pula sebaliknya, apabila keris yang disandang seseorang tidak begitu memiliki nilai seni, maka pemiliknya merupakan bagian dari kelas masyarakat menengah ke bawah. Selain itu, keris juga dapat digunakan sebagai pengganti mempelai laki-laki dalam sebuah pernikahan, apabila mempelai laki-laki berhalangan hadir. Sebagaimana dalam proses pernikahannya mantan Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur), karena tatkala datang hari pernikahan, Gus Dur selaku pengantin laki-laki masih belajar di Irak (Sutrisno, 2010, p. 11).

Sebagai benda budaya, keris tidak hanya memiliki nilai seni yang indah, tetapi juga nilai ekonomis yang tinggi. Bahkan, keris seringkali dijadikan sebagai benda investasi dan spekulasi. Oleh karena itu, banyak kalangan di masyarakat yang tertarik untuk menjadi kolektor keris. Beberapa orang diantaranya adalah Haryono Haryoguritno (maestro keris Indonesia), Djoko Susilo (Mantan Kepala Korlantas POLRI), dan Fadli Zon (Wakil Ketua DPR RI). Selain menjadikan keris sebagai benda koleksi pribadi, para kolektor juga melakukan bisnis jual beli keris. Keris-keris yang dijual-belikan nilainya sangat fantastis karena menembus miliaran rupiah. Misalnya, Djoko Susilo pernah menjual tiga keris kepada seorang warga negara Jerman bernama Andrias Gosman senilai Rp.6.524.600.000. Selain itu, Djoko Susilo juga pernah membeli 16 keris seharga Rp.1.700.000.000 (Rastika, 2005)

Tingginya nilai keris membuat para kolektor berlomba untuk berburu keris-keris kuno, sehingga jumlah keris kuno yang beredar di masyarakat semakin sedikit. Di sisi lain, proses *retradisionalisasi* gaya hidup di kalangan masyarakat perkotaan menunjukkan gejala peningkatan. *Retradisionalisasi* adalah tindakan untuk kembali mencintai budaya tradisional dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena sederhana seperti makin banyaknya orang di area pulau Jawa kembali membiasakan diri menggunakan baju batik, baik dalam acara resmi atau saat bekerja di kantor, menjadi bukti nyata bibit *retradisionalisasi* yang kian bertumbuh. Bahkan, saat ini mulai banyak keluarga Jawa, khususnya yang tinggal di perkotaan menggunakan pakaian adat lengkap beserta asesoris keris dalam acara resmi, seperti hajatan pernikahan (Endrawati, 2015).

Retradisionalisasi dalam berbagai hal, tanpa disadari mendorong peningkatan kebutuhan terhadap benda-benda atau

asesoris tradisional, termasuk keris. Meningkatnya permintaan atas asesoris tradisional, khususnya keris, telah menjadi peluang berkembang industri kreatif di bidang kerajinan keris. Peluang ini kemudian ditangkap oleh para pengrajin keris di beberapa daerah di Indonesia, termasuk di Sumenep. Dengan kebangkitan industri perkerisan Indonesia, para pengrajin Sumenep bisa terus berkarya membuat keris. Hal ini selain membawa dampak positif terhadap sektor ekonomi dan bisnis, juga telah menjamin terlestariannya budaya perkerisan Indonesia.

Namun perlu disadari bahwa, lanskap bisnis telah bergeser memasuki area digital. Berbagai *platform* dan *marketplace online* secara sporadis telah dimanfaatkan oleh penjual dan pembeli. Dengan perkembangan teknologi, pemain bisnis perkerisan juga merambah ke dunia digital. Para penggiat perkerisan mulai memanfaatkan teknologi dan komunikasi digital dalam interaksi sehari-hari. Hal ini terlihat dari berkembangnya *website-website* toko keris *online*, forum diskusi dan komunikasi perkerisan, akun di berbagai situs jejaring sosial, maupun sekedar galeri foto koleksi pribadi sebagai sarana berbagi dan referensi bagi pemerhati keris lainnya. Oleh karena itu, di era industri 4.0, peran internet dan media *online* menjadi sangat penting sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi. Para penggiat bisnis perkerisan pun banyak memanfaatkan sarana tersebut untuk melakukan jual beli keris secara *online*. Masuknya bisnis perkerisan ke dunia digital (*e-commerce*) telah memudahkan banyak orang untuk bisa mengakses informasi tentang keris. Pasar keris pun berkembang luas dan menjangkau banyak pihak. Di sisi lain, berkembangnya bisnis perkerisan ke ranah digital juga berdampak terhadap kehidupan sosial para empu dan pengrajin keris. Keberadaan *e-commerce* ikut meningkatkan permintaan keris, sehingga banyak orang yang tertarik untuk menjadi pengrajin keris. Saat ini banyak ditemukan para pengrajin keris, khususnya di Sumenep yang asal usulnya dari petani yang tidak mempunyai latar belakang atau keturunan pembuat keris.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika ekonomi dari dunia perkerisan Sumenep di era revolusi industri 4.0. Penelitian ini penting untuk dilakukan, karena belum ditemukan studi yang berusaha menggali fenomena dinamika ekonomi dari dunia

perkerisan di era revolusi industri 4.0 secara holistik. Penelitian lain yang ditemukan hingga saat ini, pada umumnya hanya sebatas ulasan mengenai seluk beluk tentang keris, tetapi tidak membahas lebih lanjut mengenai dinamika ekonomi dari para penggiat dan bisnis perkerisan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjadi penggiat mula-mula yang mengulas dinamika dunia perkerisan Sumenep di era revolusi industri 4.0 dari sisi ekonomi. Pada akhirnya, hasil dari penelitian ini bukan untuk mencari kebenaran umum atau generalisasi, namun pada pendalaman pengalaman untuk menemukan kebenaran spesifik, dalam konteks bisnis keris Sumenep.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma fenomenologi interpretif. Pendekatan ini lebih menekankan keterlibatan peneliti secara langsung dan mendalam terhadap kasus yang menjadi objek studinya agar bisa menemukan makna yang terdalam dari suatu fenomena. Peneliti bersama subyek dan obyek penelitian membangun sebuah realita dan pencarian kebenaran secara alami.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Dalam pengambilan data tersebut, peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber yang berdomisili di Sumenep, Surabaya, dan Jakarta. Peneliti melakukan observasi dengan mendatangi sentra industri keris Indonesia di Sumenep, yaitu di Kecamatan Saronggi, Lenteng, dan Bluto. Analisis dokumen juga dilakukan dalam penelitian ini. Peneliti menganalisis catatan atau dokumen tertulis yang dimiliki narasumber. Hasil analisis ini dapat digunakan sebagai verifikasi dan melengkapi hasil yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Berbagai penggabungan metode perolehan data di atas ditujukan sebagai implementasi triangulasi untuk menjaga validitas data. Selanjutnya, data yang telah diperoleh akan dianalisis dengan pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis*. Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini kurang lebih sekitar 2 bulan, yaitu dari tanggal 15 Maret 2019 hingga 12 Mei 2019.

III. PEMBAHASAN

A. Pasang Surut Budaya Keris

Perkembangan budaya perkerisan Indonesia dalam perjalanan mengalami pasang surut. Pada era Hindu-Buddha hingga Islam, budaya perkerisan pernah berjaya pada masa Kerajaan Majapahit yang kemudian berlanjut pada masa Kerajaan Mataram Islam. Selanjutnya pada masa kolonialisme Belanda, budaya perkerisan masih tetap bertahan di bawah perlindungan kerajaan-kerajaan Jawa di *Vorstenlanden* (Kasunanan Surakarta, Kasultanan Yogyakarta, Kadipaten Mangkunagaran, dan Kadipaten Pakualaman). Budaya perkerisan Indonesia pernah *vacuum* pada masa pendudukan Jepang. Hal ini disebabkan pemerintah pendudukan Jepang melarang pembuatan keris. Kemudian budaya perkerisan Indonesia muncul kembali setelah jaman kemerdekaan, yaitu pada tahun 1960-an dengan terciptanya keris-keris baru yang disebut keris *kamardikan*.

Memasuki era 1980-an hingga 1990-an pembuatan keris *kamardikan* sempat mengalami masa kejayaannya. Saat itu, permintaan pasar atas keris sangat tinggi. Keris-keris hasil karya para empu dan pengrajin Sumenep banyak diekspor ke luar negeri, terutama ke Malaysia dan Brunei Darussalam. Selain itu, juga didukung dengan menguatnya gejala *javanisasi* dan *retradisionalisasi* di era pemerintahan Orde Baru. *Javanisasi* dan *retradisionalisasi* merupakan bentuk kesadaran baru dari kalangan masyarakat menengah ke atas di perkotaan untuk kembali mencintai budaya tradisional, khususnya budaya Jawa. Dalam proses *retradisionalisasi*, keris dianggap sebagai benda yang penting dalam budaya tradisional. Oleh karena itu, keberadaan keris diperlukan sebagai simbol status sosial dan pelengkap pakaian adat *kejawen jangkep* (Arifin, 2006, p. 44). Kondisi ini pada akhirnya turut berpengaruh terhadap perkembangan perdagangan keris, khususnya di pasar dalam negeri.

Meskipun secara padat karya, jumlah empu dan pengrajin yang terlibat dalam industri keris cukup banyak, tetapi sebagian besar dari mereka kesejahteraannya masih kurang. Hal ini disebabkan tidak adanya manajemen keuangan yang baik dari para pengrajin keris. Sebagai pihak produsen, para pengrajin keris belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang menghitung biaya produksi dan menentukan nilai jual, sehingga bisa memperoleh keuntungan.

Kondisi ini banyak dimanfaatkan para *bakul*/pedagang keris yang berperan sebagai tengkulak. Para *bakul* membeli keris dari pengrajin dengan harga murah kemudian dijualnya ke konsumen dengan harga yang mahal, sehingga memperoleh keuntungan yang besar.

Di Sumenep para *bakul* menerapkan sistem jual beli yang tidak sehat dan merugikan para pengrajin. Misalnya, saat membeli keris dari pengrajin, *bakul* biasanya cuma membayar $\frac{1}{2}$ (setengah) dulu dari harga keseluruhan, terus sisanya akan dilunasi bila keris pesanan selanjutnya sudah diselesaikan. Begitu keris kedua sudah selesai dibuat, maka *bakul* akan membayar sisa hutang dari keris pertama dan membayar keris pesanan kedua dengan $\frac{1}{2}$ (setengah) harga dulu dari harga sebenarnya atau kadang malah keris keduanya dihutang secara keseluruhan. Distribusi ekonomi yang tidak seimbang tersebut telah membuat kesejahteraan antara para pengrajin dan *bakul* sangat berbeda. Sebagai pihak yang mengendalikan penjualan, para *bakul* memperoleh kesejahteraan yang lebih besar dibandingkan para pengrajin keris. Hal ini sering menyebabkan gesekan sosial atau konflik antara pengrajin dan *bakul*.

Selain berkonflik dengan pengrajin, para *bakul* juga terlibat konflik dengan aparat kepolisian. Hal ini disebabkan oleh perbedaan pemahaman, mengenai keris sebagai senjata tajam atau pusaka. Secara logis, keris termasuk dalam senjata tajam. Akan tetapi, kalangan perkerisan beranggapan bahwa keris adalah benda pusaka yang mempunyai kekuatan magis. Hal ini sudah secara jelas diatur dalam Undang-Undang Darurat Nomor 12 Tahun 1951. Dalam undang-undang ini dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan senjata tajam adalah senjata penikam, senjata penusuk, dan senjata pemukul, tidak termasuk barang-barang yang nyata-nyata dipergunakan untuk pertanian, atau untuk pekerjaan rumah tangga, atau untuk kepentingan melakukan pekerjaan yang sah, atau nyata untuk tujuan barang pusaka, atau barang kuno, atau barang ajaib.

Bila merujuk pada pengertian keris sebagai benda pusaka atau benda keramat yang dianggap memiliki kekuatan magis, maka sudah jelas bahwa keris dikecualikan dari pengaturan dalam Undang-Undang Darurat Nomor 12 Tahun 1951. Oleh karena itu, para *bakul* bebas membawa barang dagangan berupa keris dan tidak perlu izin dari pihak kepolisian. Akan tetapi, pada praktiknya masih

banyak kalangan perkerisan (*bakul*, pengrajin, dan pencinta keris) menjadi korban pemerasan oknum aparat. Dengan ketidakhadanya perlindungan hukum terhadap para *bakul* keris membuat arus perdagangan keris terganggu. Di samping itu, terkadang ada beberapa oknum pengrajin atau pedagang yang membuat pembeli kehilangan minat terhadap keris. Hal ini terkait dengan manipulasi produk keris yang ditawarkan kepada pembeli. Mereka merubah penampilan keris baru menjadi terlihat seperti keris kuno, sehingga bisa dijual mahal. Keris hasil manipulasi ini dikenal dengan nama *keris stekan*. Tindakan seperti ini pada akhirnya akan merusak pasar keris. Kepercayaan publik terhadap keberadaan keris yang berkualitas melemah. Oleh karena itu, permintaan pasar terhadap keris menjadi turun. Dengan beragam permasalahan yang ada tersebut, maka industri kerajinan keris Indonesia memerlukan banyak perbaikan dan perubahan ke arah yang lebih baik. Hal ini dapat dilakukan dengan revitalisasi budaya.

Berkaitan dengan revitalisasi budaya, beberapa sentra perkerisan sudah lama melakukannya. Mulai dari pembentukan organisasi perkerisan, pewarisan pengetahuan perkerisan, hingga perluasan pangsa pasar keris telah menjadi kajian para pelaku perkerisan. Hasil dari revitalisasi budaya tersebut mampu mendorong para pelaku perkerisan untuk berkembang. Bahkan, jumlah empu dan pengrajin keris juga meningkat. Berdasarkan data yang dihimpun dari Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta dan Paguyuban Mertikarta Yogyakarta dapat diketahui bahwa jumlah empu dan pengrajin keris sebagai berikut: Sumenep-Madura (652); Yogyakarta meliputi Imogiri dan Bantul (237); Lombok meliputi Lombok Barat dan Lombok Tengah (12); Sulawesi Selatan yang meliputi Bone, Soppeng, Massepe, Luwu, Enrekang, Gowa, Jeneponto, Takalar dan Sinja (307) (Sudrajat, 2018). Dari beberapa sentra industri keris di Indonesia, Sumenep-Madura memiliki jumlah empu dan pengrajin keris terbanyak. Saat ini jumlah empu dan pengrajin keris di Sumenep mencapai 652 orang yang tersebar di tiga kecamatan yaitu; Kecamatan Bluto, Saronggi, dan Lenteng. Mengenai jumlah pengrajin keris di setiap sentra industri keris di Sumenep bisa dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Sentra Industri Keris di Sumenep

Kecamatan	Desa	Spealisasi	Jumlah
Bluto	Aeng Baja Raja	Keris dan Warangka	101
	Palongan	Keris dan Warangka	217
	Aeng Baja Kenek	Keris dan Warangka	4
	Aeng Dake	Keris dan Warangka	5
	Masaran	Keris dan Warangka	4
	Gingging	Keris	4
	Karang Cempaka	Keris dan Warangka	14
	Sera Timur	Keris dan Warangka	10
Saronggi	Aeng Tong Tong	Keris dan Warangka	209
	Saronggi	Keris	3
	Juluk	Keris dan Warangka	10
	Talang	Keris dan Warangka	30
Lenteng	Pore	Keris dan Warangka	13
	Lenteng Barat	Pande Keris	28
Total			652

Sumber: Mulyadi, 2019.

Sejak keris diakui sebagai warisan budaya tak bendawi oleh UNESCO pada tanggal 25 November 2005, perkembangan jumlah empu dan perajin keris di Sumenep meningkat signifikan. Berdasarkan penggalian data yang dilakukan pada tahun 2004 jumlah perajin keris di Sumenep hanya sebanyak 123 orang. Selanjutnya pada tahun 2011 meningkat menjadi 399 orang dan 565 orang pada tahun 2013. Kemudian pada tahun 2017, jumlah empu dan pengrajin keris di Sumenep meningkat menjadi 652 orang (*Olah data hasil penelitian*). Dengan semakin meningkatnya jumlah empu dan pengrajin keris, maka industri kerajinan keris di Sumenep juga ikut berkembang. Oleh karena itu, pada tanggal 9 November 2014 Sumenep dinobatkan sebagai Kota Keris Indonesia (Mulyadi, 2019).

B. Nilai Keris dalam Pasar Konvensional

Keris merupakan senjata sekaligus karya seni yang penuh dengan nilai-nilai estetika. Sama halnya dengan benda seni lainnya, dalam menilai sisi estetika seringkali menimbulkan perdebatan. Keindahan keris dapat dilihat mulai dari bilah, dengan tempa besi yang berlipat-lipat hingga membentuk struktur yang indah. Demikian juga dengan *pamor* dengan berbagai pola serta teknik penempaanannya. Keindahan *garap* pada setiap *ricikan* akan menimbulkan pancaran keindahan sendiri bagi yang melihatnya. *Warangka* dan perabot lainnya seperti *deder*, *mendak*, dan *pendok* merupakan bagian yang tak dapat dilepaskan dalam menilai estetika sebuah keris. *Warangka* dan perabot dikerjakan dengan penuh estetika sehingga akan memancarkan keindahan keris secara keseluruhan.

Pada saat ini untuk menentukan nilai estetika dari sebuah keris, secara umum tidak ada nilai yang baku. Penilaian estetika berkembang sesuai penerimaan masyarakat terhadap ide yang dimunculkan oleh pembuat karya atau empu pada jamannya. Keindahan pada keris biasanya dalam bentuk keseimbangan atau keselarasan, yang dapat menimbulkan daya tarik dan ketentrangan emosional seseorang. Oleh karena itu, keindahan keris terletak pada gabungan aspek fisik (*eksoteri*) dan aspek emosional atau supranatural (*isoteri*). Untuk menilai estetika keris secara *eksoteri* atau fisik digunakan istilah **TUH-SI-RAP-PUH-MOR-JA-NGUN-NGGUH**, singkatan dari *Wutuh*, *Wesi*, *Garap*, *Sepuh*, *Pamor*, *Waja*, *Wangun*, dan *Tangguh*. Sedangkan penilaian estetika secara *isoteri* atau emosional dan spiritual biasanya berdasarkan Sejarah, *Greget*, *Guwaya*, *Gebyar*, *Wingit*, *Wibawa*, *Angsar*, dan *Tayuh* (Haryoguritno, 2006, p. 364-369)

Terlepas dari penilaian keris yang berbeda, secara garis besar keris-keris yang diproduksi oleh para empu dan pengrajin keris Sumenep dapat diklasifikasikan menjadi 3 macam, yaitu keris *kodhen*, keris *alusan*, dan keris pusaka. Keris *kodhen* adalah keris dengan kualitas kelas bawah, karena dalam pembuatannya tidak menggunakan teknik tempa yang rumit. Oleh karena itu, bentuknya terlihat sangat sederhana dan terkesan asal jadi. Keris ini biasanya dijual sebagai souvenir dan banyak dijumpai di toko oleh-oleh suatu kawasan wisata. Dalam sebulan seorang pengrajin dapat membuat keris *kodhen* sebanyak 15 hingga 20 bilah keris. Harga keris *kodhen* sekitar Rp.150.000-Rp.350.000

Selanjutnya untuk keris *alusan*, harganya jauh lebih mahal dibandingkan dengan keris *kodhen*. Keris *alusan* memiliki penampilan yang lebih bagus, dengan menonjolkan keindahan bentuk bilah dan seni *pamor*. Keris ini dibuat dengan menggunakan teknik tempa logam yang rumit. Namun, tidak dilengkapi dengan ritual tradisi, sehingga dianggap tidak memiliki daya magis atau kekuatan spiritual. Dalam sebulan seorang empu atau pengrajin hanya mampu menghasilkan 3 sampai 5 bilah keris *alusan*. Keris ini banyak difungsikan sebagai pelengkap busana adat, peristiwa adat, dan benda koleksi. Harga keris *alusan* sekitar Rp.750.000-Rp.10.000.000.

Dibandingkan dengan kedua keris sebelumnya, keris pusaka merupakan keris dengan kualitas dan harga yang paling tinggi. Keris pusaka dibuat oleh seorang empu dengan menggunakan upacara-upacara khusus, sehingga keris ini dianggap memiliki tuah atau daya magis. Biasanya keris pusaka dipesan oleh seseorang untuk keperluan tertentu, seperti menambah kewibawaan, memudahkan rejeki atau juga untuk penolak *bala*. Dari sisi nilai seni, keris pusaka dibuat dengan menggunakan teknik tempa logam dan *pamor* yang rumit. Oleh karena itu, keris pusaka juga memiliki nilai seni yang tinggi. Dalam setahun seorang empu keris hanya dapat membuat 1 sampai 5 buah keris pusaka. Harga keris pusaka sekitar Rp.30.000.000-80.000.000.

Secara konvensional, keris-keris hasil karya para empu dan pengrajin Sumenep tersebut banyak ditemukan di beberapa pasar keris di Jawa. Misalnya, pasar keris di Alun-alun Utara dan Pasar Triwindu (Surakarta), Pasar Rawabening (Jakarta), Pasar Beringharjo (Yogyakarta), Pasar Johar (Semarang), dan Pasar Turi (Surabaya). Menurut para *bakul*, keris buatan Sumenep memiliki nilai ekonomi yang baik. Selain mutu garapan yang baik, biaya produksinya juga murah. Oleh karena itu, harga jualnya lebih terjangkau dibandingkan keris produksi dari daerah lain. Dengan keunggulan komperatif tersebut, keris-keris buatan Sumenep bisa masuk ke semua jaringan perdagangan keris, baik yang ada di Jawa maupun ke luar negeri.

Hingga saat ini peluang pasar keris Sumenep yang terbesar masih didominasi oleh pasar dalam negeri sebesar 92,3%, sedangkan untuk pasar luar negeri hanya mampu menembus 7,7%. Negara-negara

yang sudah menjadi pasar keris Sumenep antara lain Singapura, Brunei Darussalam, Malaysia, Amerika, Eropa (Jerman, Belanda, Rusia, dan Inggris) dan negara Asia Timur (Cina dan Jepang). Untuk pasar Malaysia sendiri setiap bulan hampir 2000 bilah keris atau 100 kodi. Produk yang diekspor ke Malaysia digunakan untuk keperluan adat, ritual, upacara resmi, dan souvenir. Keris-keris tersebut dipesan melalui dua cara, yaitu langsung pengrajinnya atau melalui jasa pedagang pengepul. Dalam hal kualitas, produk yang diekspor ke Malaysia sebagian besar adalah jenis keris kelas menengah ke bawah (keris *alusan* dan *kodhen*) (Sudrajat, 2018).

Sementara itu, ditinjau dari sisi pemasarannya, metode yang digunakan para *bakul* untuk memasarkan keris sedikit berbeda dengan pemasaran barang-barang hasil industri manufaktur, *convinent good*, dan *fashion*. Keris merupakan benda hasil karya dari seni budaya, maka metode pemasaran yang tepat adalah menggunakan *storytelling*. Dalam *storytelling*, keris adalah cerita, cerita tentang kehidupan, keseharian yang dibungkus oleh kekeluargaan melalui jalinan silaturahmi. Meskipun, beberapa kalangan pedagang muda sudah banyak yang menggunakan berbagai perangkat teknologi dari gadget hingga internet. Namun, hingga saat ini kegiatan *lusmin* atau silaturahmi sambil minum kopi dan rokok adalah cara pemasaran sederhana yang ditempuh sebagian besar *bakul* untuk memasarkan keris (Arifin, 2018, p. 199).

Terdapat perbedaan penggunaan *storytelling* dalam promosi jual beli keris antara *bakul gedhe* dan *bakul* kecil atau *bakul kempitan*. Secara umum *storytelling* yang digunakan *bakul gedhe* lebih fokus pada penilaian keris berdasarkan nilai *garap* (kualitas dan seni pengerjaan keris). Selain itu, *bakul gedhe* juga akan menggunakan *story* tentang *historis* dari empu pembuat keris dan status sosial pemilik lama. Sementara *bakul kempitan*, cenderung menggunakan *storytelling* tentang kepercayaan masyarakat umum terhadap *angsar* (jenis tuah yang terkandung dalam sebuah keris) dan nilai mistis tertentu.

Selain *storytelling* lewat *door to door*, jual beli keris juga dilakukan pada saat pertemuan anggota organisasi perkerisan. Misalnya, yang dilakukan oleh organisasi IPKI Megaremeng di Sumenep setiap dua kali dalam sebulan. Kegiatan ini sering digunakan untuk *bazar* keris atau jual-beli keris. Kegiatan jual-beli keris juga sering dilakukan

pada saat pameran-pameran keris nasional yang diadakan oleh Sekretariat Nasional Perkerisan Indonesia (SNKI).

C. Pemasaran Keris di Era Revolusi 4.0

Di era revolusi industri 4.0 saat ini, penggunaan teknologi digital dan internet untuk mencari atau menyampaikan informasi merupakan hal yang umum. Para penggiat perkerisan juga telah terbiasa memanfaatkan teknologi digital dalam interaksi sehari-hari. Mereka memanfaatkan teknologi digital untuk memindahkan forum komunikasi keris konvensional, seperti *lek-lek keris* atau *jagongan keris* ke dunia maya. Teknologi digital dapat difungsikan sebagai sarana pelestarian dan sosialisasi keris kepada masyarakat yang masih *unaware*, bahkan *antipati* dan *skeptis* terhadap keris. Hal ini penting dilakukan, karena hingga saat ini *image* keris di masyarakat masih kurang baik, akibat komunikasi media yang salah dan tidak pada tempatnya. Misalnya, dalam film-film dan sinetron, keris seringkali digambarkan sebagai senjata yang menyeramkan dan identik dengan dunia perdukunan. Hal ini tentu telah memojokkan keris pada posisi yang tidak sesuai dengan makna, semangat, dan falsafah yang semestinya. Oleh karena itu, tidak sedikit orang yang masih bergidik dan memandang sebelah mata, jika dihadapkan pada pembicaraan mengenai keris. Kesalahpahaman ini bisa diluruskan kembali melalui teknologi digital untuk membuka sisi-sisi indah dan falsafah hakiki dari keris.

Dalam hal penjualan, pemasaran keris Sumenep secara *online* memiliki prosentasi yang cukup besar. Pemasaran melalui media *online*, khususnya media sosial memiliki prosentase sebesar 28,7%. Hal ini juga didukung dengan kesadaran sebagian dari pedagang untuk mempromosikan kerisnya melalui website, toko *online*, dan portal jual beli *online* sebesar 8,2%. Sementara untuk penjualan keris secara *offline*, masih didominasi oleh pemasaran keris melalui personal dengan prosentase 30,3%. Selanjutnya pemasaran konvensional dengan menitipkan keris kepada pedagang keris sebanyak 23,3% lalu melalui toko fisik dengan membuka toko sendiri sebanyak 4,3% (Sudrajat, 2018).

Pemanfaatan teknologi digital yang intensif dapat membuat pemasaran keris menjangkau pasar yang lebih luas. Keberadaan berbagai media *online*, seperti media sosial, website, ataupun portal

jual beli *online* telah membuat *market share* keris bertambah luas. Pasar keris tidak hanya terbatas pada kalangan pencinta keris, tetapi telah meluas ke banyak kalangan. Bahkan, penggunaan teknologi digital seperti foto digital keris juga dapat dikembangkan dalam berbagai bidang, seperti advertisement, postcard, buku, stationeries, dekorasi interior, kalender, company profile, dan souvenir. Dengan semakin banyaknya foto gital keris yang tersebar pada khalayak luas, maka akan berdampak langsung pada sektor wisata budaya perkerisan, sehingga bisa memicu perniagaan dan perekonomian para pengrajin keris. Oleh karena itu, teknologi digital merupakan salah satu sarana yang tepat dan efektif untuk memasyarakatkan, mengembangkan, dan melestarikan budaya perkerisan di Sumenep.

Dengan semakin meluasnya *market share* keris, maka permintaan akan keris juga semakin meningkat. Kondisi ini, akhirnya akan mendorong dinamika ekonomi di tingkat empu dan pengrajin keris Sumenep. Misalnya, dengan kondisi ekologi yang kurang subur, membuat sebagian dari masyarakat Sumenep, khususnya yang berada di sentra industri keris memilih berprofesi sebagai pengrajin keris. Bagi mereka membuat dan memasarkan keris dianggap jauh lebih mudah daripada bertani. Hal ini dikuatkan dengan semakin banyaknya anggota masyarakat yang sukses dari usaha keris. Mereka bisa berhaji, membuat rumah, dan membeli mobil dari usaha keris. Melihat kondisi ekonomi dari orang-orang yang telah sukses tersebut, tentu membuat anggota masyarakat Sumenep lainnya termotivasi untuk menjadi pengrajin keris. Selain itu, pengrajin keris di Sumenep tidak hanya milik kaum pria, tetapi kaum wanita juga ikut andil bagian. Keterlibatan wanita sebagai pengrajin keris mendapat respon positif dari sebagian besar masyarakat Sumenep. Respon ini dapat memberikan pandangan yang luas bagi wanita untuk terlibat aktif dalam kegiatan publik, bekerja sesuai dengan kebutuhan dan kondisi ekonominya tanpa mengorbankan tanggung jawab domestiknya. Dengan bekerja sebagai pengrajin keris, mereka bisa membantu suami dalam mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga.

Di sisi lain, teknologi internet menekankan perbaikan kecepatan-fleksibilitas produksi, peningkatan layanan kepada pelanggan dan peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, untuk bisa berkembang dalam era revolusi industri 4.0, para pengrajin keris Sumenep

menerapkan metode pembagian kerja atau spesialisasi kerja dan penggunaan peralatan modern. Setiap orang hanya menangani satu proses atau tahapan dalam pembuatan keris. Dengan demikian ada pihak yang khusus menangani proses penempaan dan pelipatan bahan logam untuk keris, ada yang khusus menangani proses pembentukan bilah keris, ada yang khusus menangani pembuatan warangka keris, dan ada juga yang khusus menangani pembuatan *jejeran* atau pegangan keris (Karya Indonesia, 2011). Dengan cara ini, proses pembuatan keris bisa diselesaikan lebih cepat. Sementara itu, modernisasi peralatan diperlukan untuk mempermudah pengerjaan keris dan meningkatkan produktivitas pembuatan keris. Dengan menerapkan metode pembagian kerja dan penggunaan peralatan modern, maka keris-keris yang dihasilkan oleh empu dan pengrajin Sumenep memiliki biaya produksi yang murah. Hal ini merupakan keunggulan komparatif yang tidak dimiliki oleh para pengrajin keris dari daerah lain di Indonesia. Keunggulan ini telah membuat industri kerajinan keris di Sumenep bisa berkembang pesat dan mampu memenuhi permintaan pasar baik lokal maupun internasional.

D. Implikasi Praktis

Telah kita bahas bagaimana geliat dinamika industri dan bisnis keris Sumenep memberi kontribusi yang relatif signifikan bagi perkembangan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. Sebuah fenomena bisnis yang sekaligus melanggengkan warisan budaya luhur. Kehadiran teknologi internet sebagai salah satu ciri pokok dalam skema revolusi industri 4.0 telah memberi manfaat nyata bagi penjual dan pembeli keris untuk melakukan transaksi, atau bagi para penggemar untuk melepaskan gairahnya dalam berbagi informasi dan unjuk koleksi melalui komunitas-komunitas atau media sosial *online*. Namun, fenomena ini masih bersifat sporadis.

Berbagai temuan empiris dalam penelitian ini sekaligus menjadi *reminder* bagi seluruh *stakeholder* berkepentingan, mulai dari pengrajin, distributor, pengecer dan khususnya pihak pemerintah untuk membangun integrasi sinerjis melalui platform atau program-program yang terkendali. Tidak hanya sebagai komoditas ekonomi yang bernilai besar, namun juga sebagai upaya pemeliharaan warisan budaya *Adi Luhung* yang harus dijaga selamanya.

IV. KESIMPULAN

Keris merupakan benda seni yang mempunyai sejarah panjang. Di dalamnya berbaur antara fungsi, historis, mitos, mistik, dan estetika. Nilai etetika yang terkandung dalam sebuah keris, membuat nilai ekonomi keris menjadi tinggi di pasar. Hal ini kemudian membuat beberapa kalangan di Indonesia menjadikan keris sebagai benda investasi. Sebagai benda yang memiliki nilai ekonomi, keris menjadi salah satu produk hasil industri kreatif berbasis budaya yang bebas dijual-belikan di pasaran. Secara teknis jual-beli keris hasil karya empu dan pengrajin Sumenep dapat dibedakan menjadi dua, yaitu *offline* dan *online*. Pasar keris secara *offline* banyak dijumpai di beberapa pasar keris di Jawa. Misalnya, pasar keris di Alun-alun Utara dan Pasar Triwindu (Surakarta), Pasar Rawabening (Jakarta), Pasar Beringharjo (Yogyakarta), Pasar Johar (Semarang), dan Pasar Turi (Surabaya). Selain itu, penjualan keris secara *offline* juga banyak dilakukan secara personal atau *door to door* dengan menggunakan metode *storytelling*. Metode ini cukup efektif digunakan oleh para *bakul* untuk memasarkan keris.

Sementara itu, penjualan keris secara *online* banyak menggunakan beberapa media seperti media sosial, *website*, toko *online*, dan portal jual beli *online*. Di era revolusi industri 4.0 saat ini, penjualan keris secara *online* telah memberikan hasil cukup baik bagi perkembangan ekonomi keris Sumenep. Penggunaan media *online* dalam promosi dan jual-beli telah memudahkan banyak orang untuk bisa mengakses informasi tentang keris. Pasar keris pun berkembang luas dan menjangkau banyak pihak. Hal ini kemudian, mendorong banyak pihak untuk terjun dalam dunia perkerisan. Saat ini banyak pemuda Sumenep yang sudah menggeluti bisnis perkerisan. Bahkan, pihak wanita juga ikut andil sebagai pengrajin keris. Kondisi membuktikan bahwa industri kerajinan keris Sumenep memiliki peluang positif dalam industri kreatif Indonesia. Peluang yang harus ditangkap dan dikelola secara benar sebagai upaya ekonomis, sekaligus upaya pemeliharaan budaya *Adi Luhung* dengan dukungan pemanfaatan teknologi digital yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, MT. (2006). *Keris Jawa Bilah, Latar Sejarah hingga Pasar*. Jakarta: Hajied Pustaka.
- Arifin, Syamsul. (2018). Lusmin: Media Informasi Masyarakat Madura. Dalam Azhar, Iqbal Nurul (ed), *Madura 2020: Membumikan Madura Menuju Globalisasi*. Malang: Inteligensia Media.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2017). *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif Kerjasama Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik*, p. 1-3
- Endrawati, Endah. (2015). Posisi Keris Pada Masyarakat Jogja Modern. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, Volume 7, No. 2, 134.
- Harsrinuksmo, Bambang. (2004). *Ensiklopedi Keris*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Haryoguritno, Haryono. (2006). *Keris Jawa antara Mistik dan Nalar*. Jakarta: Indonesia Kebanggaanku.
- Hasbiansyah. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Jurnal MEDIATOR*, Volume 9, No. 1, 171.
- Karya Indonesia. (2011). Industri Kreatif Punya Potensi Besar Menopang Ekonomi Nasional, p. 37
- Mulyadi. (2019). Gambaran Saling Peran Antara Bisnis Industri Kreatif dan Revitalisasi Budaya Perkerisan di Sumenep, Madura. *Thesis tidak dipublikasi*, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, Surabaya.
- Rastika, Icha. (2013). Irjen Djoko Susilo Jual Keris Rp 6,4 Miliar. Kompas.com. Diperoleh tanggal 19 Juni 2019, dari <https://nasional.kompas.com/read/2013/07/16/2303198/Irjen.Djoko.Susilo.Jual.Keris.Rp.6.4.Miliar>

- Rosyadi, Slamet. (2018), *Revolusi industri 4.0: Peluang dan tantangan bagi alumni Universitas Terbuka*. Paper dipresentasikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman.
- Sudrajat, Unggul. (2018). Dampak Pengakuan Keris Indonesia dalam Upaya Pelestarian Nilai Budaya. *Laporan Penelitian tidak dipublikasi*, Pusat Penelitian Dan Pengembangan Kebudayaan Balitbang Kemendikbud, Jakarta.
- Sutrisno, Slamet. 2010. "Keris Dalam Perspektif Falsafah Jawa: Magis, Mistis, Sekaligus Simbolis". Dalam Waluyo Wijayatno dan Unggul Sudrajat (eds.). *Keris dalam Perspektif Keilmuan*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.