

Transformasi Kapitalisme Perdesaan: dari Agraria ke Ekonomi Kreatif

Zamzam Muhammad Fuad
Badan Riset Inovasi Nasional
Email: zamzamfuad@gmail.com

Abstract

Internet has changed socio-economic Indonesia to the rural level. This article show that Indonesia, especially in the rural area, transformed from an agrarian economy to a creative and trade economy. This article uses a qualitative method by combining observation and desk study. The results of this study show that the demographic bonus and the internet has encouraged rural capitalism which is no longer focused on the agrarian sector but has begun to shift to the creative economy sector and trade in goods. However, the emergence of this new capitalist is not guarantee the dawn of an independent economic sector. Ironically the development of the digital economy in rural areas may even lead to a economic which is depend to the import goods.

Keywords: *Internet, Disruption, SMES, Rural Areas*

Abstrak

Internet telah mengubah dinamika sosial ekonomi Indonesia hingga level perdesaan. Artikel ini ingin menunjukkan bahwa perdesaan sedang bertransformasi dari ekonomi agraria menuju ekonomi kreatif dan perdagangan. Hal ini ditunjukkan dengan mulai tumbuhnya sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang menyasar pasar nasional dan internasional. Artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi dan riset kepustakaan atau desk study. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur demografi masyarakat dan internet telah mendorong kapitalisme perdesaan yang tidak lagi berfokus pada sektor agraria namun telah mulai bergeser ke sektor ekonomi kreatif dan perdagangan barang. Namun munculnya kelas kapitalis baru ini diprediksi tidak menjamin terciptanya suatu sektor ekonomi yang berwawasan berdikari, melainkan bergantung pada komoditas asing. Dengan kata lain, perkembangan ekonomi digital di perdesaan bisa jadi malah menyebabkan pendalaman impor barang masuk ke Indonesia.

Keywords: *Internet, Disrupsi, Perdesaan, UMKM*

1. PENDAHULUAN

Pada 2021, Kompas TV merilis liputan bahwa pemuda cenderung tidak tertarik untuk bekerja di sektor pertanian. Data menunjukkan bahwa mayoritas petani yang bekerja di sektor pertanian ada pada kategori usia 45-54 tahun, yaitu berjumlah 7.813.407 orang. Sementara itu, pada kategori usia kurang dari 25 tahun hanya terdapat 273.839 petani (KOMPASTV, 2021). Apa yang sedang terjadi di desa? Apakah di desa sudah tidak ada pemuda? Ataukah para pemuda di desa sudah mulai mengarahkan orientasi karir lainnya? Semua ini pada akhirnya akan menunjukkan jawaban atas suatu pertanyaan besar: transformasi apakah yang sedang terjadi di desa?

Untuk menjawab pertanyaan ini, saya berargumen bahwa pemuda memainkan peran penting dalam mengubah orientasi agraris di perdesaan. Hal ini dipengaruhi oleh tumbuhnya pengguna internet dan *smartphone*. Oleh kaum muda, *smartphone* bukan hanya menjadi media komunikasi dan informasi, namun juga digunakan sebagai media untuk melakukan perdagangan atau transaksi keuangan lainnya. Hal ini pada gilirannya menciptakan suatu kelompok baru dalam masyarakat desa yang orientasi dan cita-citanya berbeda dengan masyarakat perdesaan pada umumnya.

Terdapat beberapa konsep penting yang akan dielaborasi dalam artikel ini, yaitu konsep tentang perdesaan, pemuda dan transformasi sosial berbasis internet. Seluruh konsep ini diharapkan dapat membantu penulis untuk menganalisis beberapa isu terkait transformasi perdesaan dari agraris ke ekonomi berbasis digital. Perdesaan, sebagaimana banyak dipahami banyak orang, identik dengan dunia agraria khususnya pertanian. Padahal makna desa lebih besar daripada itu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, “desa” dimaknai dalam tiga pengertian, 1) kesatuan wilayah yang dihuni oleh sejumlah keluarga yang mempunyai sistem pemerintahan sendiri (dikepalai oleh seorang kepala desa); 2) kelompok rumah di luar kota yang merupakan kesatuan: belum ada listrik; 3) udik atau dusun (dalam arti daerah pedalaman sebagai lawan kota) (KBBI, n.d.).

Dari tiga pengertian di atas dapat dibayangkan bahwa desa adalah unit administrasi politik pemerintahan yang identik terletak di wilayah pedalaman, terpencil, tidak teraliri listrik, jauh dari modernitas. Apabila direnungkan, makna definisi tersebut sudah tidak memadai. Jika dilihat dari total desa di Indonesia yang berjumlah 74.961, hanya 4.700 (6%) desa yang belum teraliri listrik (Setiawan, 2022). Artinya mayoritas desa sudah teraliri listrik. Hal ini kemudian menyebabkan desa terhubung dengan gaya hidup modern melalui siaran televisi, internet dan *smartphone*. Pengertian dari Kamus Besar Bahasa Indonesia sulit untuk dijadikan pijakan definisi.

Pembayangan desa sebagai unit otonom yang berbeda dengan kota juga semakin sulit dilakukan. Desa sudah terdisrupsi oleh berbagai macam kuasa, mulai dari kuasa pemerintah pusat melalui berbagai macam program pembangunannya, juga terdisrupsi oleh internet dan kemajuan teknologi lainnya. Desa sudah dijejali oleh berbagai macam program mulai dari pemilu, Bantuan Langsung Tunai, Program Keluarga Harapan, Dana Desa, dll. Hal ini mengenalkan masyarakat desa menuju suatu logika modern tentang apa itu kemajuan dan apa itu kesejahteraan. Selain itu, internet juga telah menembus berbagai kalangan atau lapisan masyarakat, mulai dari kota hingga desa. Belum lagi pandemi Covid-19 yang mempercepat penetrasi internet di desa. Semua ini menunjukkan bahwa desa tidak cukup dipahami sebagai unit masyarakat yang identik dengan keterbelakangan, ketiadaan listrik atau teralienasi dari teknologi.

Penulis mencoba mencari definisi desa yang lebih teknis dan aplikatif untuk digunakan sebagai dasar pemikiran penulisan artikel ini. Eko Murdiyanto mendefinisikan desa dalam tipologi yang didasarkan pada mayoritas mata pencaharian masyarakat. Dalam hal ini Murdiyanto membagi desa dalam 8 tipologi, yaitu desa perladangan, desa perkebunan, desa peternakan, desa kerajinan/industri kecil, desa industri sedang dan besar, desa jasa dan perdagangan, desa nelayan dan desa persawahan (Murdiyanto, 2020). Definisi masing-masing desa ini didasarkan pada mayoritas pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat. Artikel ini mencoba memahami bagaimana sebuah desa yang tadinya berbasis pada pertanian terdisrupsi menuju perekonomian berbasis internet?

Secara mudah dapat dijelaskan internet adalah sistem atau rangkaian global yang dapat merangkai atau menghubungkan seluruh perangkat komputer yang ada di seluruh dunia. Karena bersifat global, maka internet sangat berpotensi menembus sekat-sekat informasi yang tadinya dibatasi secara lokal. Kekuatan untuk melelehkan batas-batas inilah kemudian mendorong orang untuk mengatakan bahwa internet memiliki kekuatan untuk mendisrupsi. Pertanyaannya kemudian adalah, apakah itu disrupsi? Bagaimana teknologi informasi seperti internet mendisrupsi masyarakat desa? Istilah disrupsi dipopulerkan oleh Francis Fukuyama dan Clayton Christensen. Namun keduanya berbeda pemikiran dalam memahami disrupsi. Fukuyama memahami disrupsi sebagai gangguan atas tata sosial. Sementara itu bagi Christensen disrupsi adalah peluang inovasi (Ohoitumur, 2018). Pemahaman ini harus diletakkan dalam konteks perubahan sosial akibat penetrasi internet dan perangkat teknologi informasi seperti komputer dan telepon pintar.

Dalam konteks tulisan ini, gejala disrupsi diletakkan dalam hal perubahan besar di perdesaan. Dengan terdisrupsi perdesaan, maka batas-batas antara desa dan kota menjadi luruh. Marshall McLuhan juga berpendapat bahwa otonomi struktur masyarakat seperti desa, kota, bahkan negara sudah luruh akibat internet. McLuhan memperkenalkan konsep tentang *global vilage* yang ditandai dengan menyempitnya dunia akibat teknologi elektrik dan arus informasi di seluruh dunia (Pamungkas, 2015).

Pertanyaan kemudian adalah siapakah yang membawa internet masuk ke pelosok-pelosok desa? Untuk menjawab pertanyaan ini kita bisa menggunakan data berikut ini. Berdasarkan rilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pengguna internet terbanyak disumbang oleh masyarakat dengan kelompok umur 13-18 tahun dan 19-34 tahun. Sementara itu kelompok umur yang paling sedikit menggunakan internet adalah kelompok umur lebih dari 55 tahun (APJII, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa pemuda sangat berperan dalam mendorong penetrasi internet di Indonesia. Siapakah pemuda?

Pemuda memiliki banyak definisi. Namun dalam tulisan ini penulis ingin menggunakan sudut pandang psikologi dan hukum. Dari sudut pandang psikologi, pemuda adalah individu/kelompok yang memiliki karakteristik mental tertentu seperti pemberontak, pemberani, mengedepankan ego pribadi. Sementara itu dari sudut pandang Undang-Undang Nomor 40 tahun 2009 tentang Kepemudaan, yang dimaksud pemuda adalah siapapun warga negara yang menginjak usia 16 sampai 30 tahun.

Sebagai pembanding, beberapa orang telah menulis tentang transformasi masyarakat desa akibat penetrasi teknologi informasi. Studi yang dilakukan oleh Manullang menjelaskan secara umum bagaimana perdesaan berubah di era teknologi. Studi ini menjelaskan bahwa transformasi perdesaan di era teknologi internet merupakan kelanjutan dari perubahan-perubahan yang sudah terjadi sebelumnya, misal listrik atau radio. Manullang juga mengatakan bahwa internet telah meluruhkan batas-batas antara desa dan kota (Manullang, 2021). Studi yang dilakukan oleh Subiakto yang dilakukan di Jawa Timur juga menunjukkan bahwa internet telah merambah dan digunakan oleh mayoritas masyarakat perdesaan. Internet juga telah mempengaruhi cara masyarakat dalam menjalankan roda perekonomian. Masyarakat mulai menggunakan internet dalam mencari peluang-peluang ekonomi, distribusi ekonomi, serta meningkatkan usaha ekonomi (Subiakto, 2013).

Studi yang dilakukan Hariyanto dan Wariyanto menunjukkan bahwa proyek pemerintah seperti dana desa berperan cukup besar dalam mengubah desa bertransformasi dan berintegrasi menuju dunia online (*go online*) (Wariyanto & Hariyanto, 2020). Berbeda

dengan studi-studi sebelumnya, Wahid menunjukkan bahwa internet memang sudah digunakan oleh masyarakat desa (gampong), meskipun internet tidak mengubah secara radikal budaya masyarakat desa, khususnya di bidang politik pemerintahan Aceh. Namun dalam bidang ekonomi, masyarakat mulai terbiasa dengan cara-cara baru berjual beli melalui *e-commerce* atau cara berpromosi online (Wahid, 2015).

Dari penelusuran atas studi-studi yang pernah dilakukan oleh para peneliti lain, dapat disimpulkan bahwa internet terbukti telah menjadi media baru dalam berkomunikasi pada masyarakat perdesaan. Dalam hal ini, internet tidak hanya mengubah cara orang desa berkomunikasi, namun juga membawa budaya baru. Khususnya di bidang ekonomi, internet telah mengenalkan cara-cara produksi, distribusi dan konsumsi yang baru. Dari sisi cara berproduksi, internet dapat menjadi sumber informasi bagaimana masyarakat memproduksi sesuatu. Dari sisi distribusi internet mengenalkan suatu teknik baru dalam berpromosi, misal melalui sosial media (Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, dll). Dari sisi konsumsi, internet telah mengenalkan cara bertransaksi baru melalui *e-commerce*. Singkatnya, internet telah membawa budaya ekonomi baru di masyarakat perdesaan.

Namun hampir semua studi yang telah dilakukan, belum ada yang mengaitkan dengan masa depan kemandirian ekonomi nasional. Apakah transisi masyarakat desa menuju ekonomi berbasis digital berpotensi menguatkan kemandirian ekonomi nasional? Atau malah justru memperdalam kebergantungan ekonomi nasional terhadap impor bahan baku atau produk, yang melemahkan sendi-sendi kemandirian ekonomi nasional? Semua pertanyaan ini belum dijawab dalam studi-studi sebelumnya. Oleh karena itu, penulis merasa perlu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dalam tulisan ini. Belum adanya penulis lain yang membahas isu-isu itu sekaligus menegaskan bahwa penelitian ini signifikan untuk dituliskan.

2. METODE PELAKSANAAN

Artikel ini ditulis didasarkan pada kegiatan penelitian yang menggunakan metode kualitatif. Data yang digunakan berasal dari observasi, wawancara, pengumpulan data pustaka, dan statistik. Observasi adalah hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis dan pengalaman penulis terhadap sebuah fenomena yang hendak diteliti. Wawancara adalah suatu teknik mendapatkan data dengan cara menanyakan langsung beberapa permasalahan kepada narasumber yang telah dipilih. Pengumpulan data pustaka dilakukan dengan melakukan pembacaan terhadap dokumen-dokumen baik itu koran, majalah, artikel ilmiah dan data tertulis lainnya. Sementara itu, data statistik digunakan untuk mendapatkan gambaran umum, bukan dijadikan sebagai alat analisis penelitian. Terkait wawancara, narasumber dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yang berarti narasumber dipilih lantaran narasumber tersebut dianggap peneliti memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang berguna dalam menyelesaikan penelitian.

Untuk mendapatkan data yang akurat, dilakukan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Metode triangulasi berarti penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data sekaligus menguji kesahihan data. Bila penulis menggunakan triangulasi, maka sebenarnya penulis mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Seluruh data ini dikumpulkan dan diolah oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Lokasi penelitian dan wawancara dilakukan di Kecamatan Winduaji, Brebes. Di sini penulis mengobservasi sekaligus mewawancarai beberapa narasumber untuk menggali informasi yang dibutuhkan dan dicocokkan dengan berbagai data lainnya. Penulisan ini dibagi dalam beberapa bagian, yaitu pendahuluan, metode penelitian, tinjauan pustaka, pembahasan, penutup dan saran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sebuah pidatonya, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo memberikan sebuah pernyataan bahwa Indonesia mulai kehilangan identitasnya sebagai negara agraris. Oleh karena itu, Joko Widodo mengajak agar generasi muda untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan pertanian. Joko Widodo menyadari bahwa telah muncul gejala bahwa kaum muda enggan untuk bekerja di bidang pertanian. Hal ini karena terdapat fakta bahwa petani yang ada di Indonesia saat ini 75% adalah berusia 45 tahun ke atas (BPPSDMP Kementan RI, 2021).

Sudah jamak diketahui bahwa Indonesia sedang mengalami bonus demografi. Istilah bonus demografi merujuk pada fenomena banyaknya jumlah penduduk dengan kategori produktif (15-64 tahun) dibandingkan dengan penduduk dengan kategori tidak produktif (di bawah 15 tahun dan di atas 64 tahun). Situasi ini dipandang positif karena banyaknya jumlah penduduk berusia produktif dapat meningkatkan aktivitas ekonomi suatu negara. Persoalannya, apakah bonus demografi ini juga mampu mengubah orientasi ekonomi suatu negara? Apakah Indonesia dapat berubah meninggalkan ciri-cirinya sebagai negara agraris? Pertanyaan ini dapat dijawab dengan memeriksa bagaimana kecenderungan kaum muda memandang masa depan, impian atau cita-citanya.

Studi yang dilakukan oleh Ahsan dkk menunjukkan bahwa pemuda tidak lagi tertarik dengan dunia pertanian. Para pemuda lebih memilih untuk bekerja di sektor non pertanian seperti menjadi TNI, pengusaha atau wirasawasta (Ahsan, Muhammad, & Sakaria, 2021). Kecenderungan ini juga ditemukan oleh Nugraha dan Herawati yang membuat penelitian di 3 lokasi yang paling dikenal sebagai provinsi paling produktif dalam menghasilkan beras, yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah dan Sulawesi Selatan. Dari studinya diketahui bahwa pemuda, sekalipun ia sedang bekerja di sektor pertanian, tidak menganggap bahwa pertanian adalah pekerjaan utama yang akan dilakukan di masa depan (Nugraha & Herawati, 2015). Semua penelitian ini menunjukkan sebuah fakta bahwa telah terjadi kecenderungan yang kuat bahwa pemuda tidak lagi tertarik untuk bekerja di sektor agraris. Lalu bagaimana sebenarnya orientasi karir para pemuda?

Namun sebelum menjawab pertanyaan itu, harus didefinisikan terlebih dahulu siapakah itu pemuda? Pertanyaan ini akan coba penulis jawab dengan mengombinasikan definisi pemuda menurut UU. No. 40 tahun 2009 tentang Kepemudaan dan definisi pemuda dalam psikologi populer. Dalam Undang-Undang Kepemudaan, yang dimaksud pemuda adalah yang dimaksud pemuda adalah siapapun warga negara yang menginjak usia 16 sampai 30 tahun. Sementara itu, dalam ilmu psikologi populer juga dikenal kategori usia Pre Boomer (generasi yang lahir sebelum 1946), Baby Boomer (1946-1964), Gen X (1965-1980), Milenial (1981-1996), Gen Z (1997-2012) dan Post Gen Z (setelah 2013). Apabila memadukan antara kategori UU Kepemudaan dan kategorisasi usia menurut ilmu psikologi populer, maka yang disebut pemuda adalah generasi milenial. Menurut Jayani,

generasi milenial di Indonesia saat ini mencapai 25,87% dari total penduduk Indonesia (Jayani, 2021).

Menurut Achmad W dkk ciri khas generasi milenial adalah kepekaan dan antusiasme yang terhadap teknologi. Teknologi yang dimaksud disini tentu saja adalah teknologi informasi yaitu internet, *smartphone* dan media sosial. Oleh karena itu, generasi milenial memiliki kebiasaan dan antusiasme untuk berinteraksi secara dalam jaringan internet (daring/online) daripada luar jaringan internet (luring/offline). Kebiasaan untuk berinteraksi secara daring ini membentuk suatu jenis masyarakat baru yang sering disebut dengan “netizen”. Berbeda dengan citizen, netizen memiliki ciri-ciri 1) memperoleh informasi dari hasil berselancar di internet; 2) konektivitas dan jaringan hingga ke seluruh dunia (global), bisa terhubung dengan artis atau pejabat sekalipun; 3) Komunikasi dilakukan lewat pertemuan digital (Achmad W, Poluakan, Dikayuana, Wibowo, & Raharjo, 2019).

Dengan mengatakan bahwa Indonesia saat ini didominasi oleh penduduk berusia produktif, dan salah satu kategori masyarakat usia produktif itu adalah generasi milenial, maka dapat dikatakan bahwa saat ini Indonesia sedang didominasi oleh penduduk yang antusias terhadap internet, gemar berinteraksi secara daring, terkoneksi dengan masyarakat dunia serta kurang tertarik untuk bekerja di sektor pertanian. Karakteristik masyarakat seperti inilah yang saat ini berperan dalam mendisrupsi desa. Desa yang tadinya memiliki interaksi dan budaya yang cenderung otentik, mulai luruh dengan budaya kota bahkan budaya global akibat desakan generasi milenial ini. Kegiatan pertanian yang tadinya menjadi karakteristik desa, mulai kurang mendapatkan minat dari para penduduknya yang berusia muda.

Penulis telah melakukan observasi terhadap salah satu narasumber yang berasal dari lokasi yang identik dengan kegiatan pertanian yaitu Desa Winduaji, Kabupaten Brebes. Narasumber Tina (nama-nama disamarkan karena permintaan narasumber), usia 31, memiliki orang tua berlatar belakang pertanian. Namun demikian ia memang tidak diarahkan oleh orang tuanya untuk melakukan pekerjaan sebagai petani. Tina sendiri dari awal memang tidak memiliki ketertarikan untuk melakukan pekerjaan sebagai petani. Latar belakang pendidikan Tina adalah Strata-2. Tina mengaku bahwa ia memiliki ketertarikan di dunia fesyen. Oleh karena itu, ia memutuskan untuk melakukan kegiatan wirausaha di bidang fesyen. Tina tidak mendapatkan ilmu berdagang dari kuliah atau dari keluarganya. Ia hanya mengandalkan Youtube dan Whatsapp Group untuk mendapatkan ilmu tentang wirausaha. Ia tergabung dalam banyak group wirausaha yang beranggotakan pengusaha dari seluruh Indonesia. Dalam melakukan kegiatan pemasaran produk fesyennya, Tina memilih untuk menggunakan Facebook Ads (iklan yang disediakan oleh platform Facebook) dan Shopee Ads (iklan dalam platform Shopee). Tina tidak membuka toko fisik. Ia hanya fokus berjualan secara daring melalui Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, Shopee, Lazada dan Tokopedia. Pelanggan produk Tina tersebar di seluruh Indonesia. Orang Aceh hingga Papua pernah membeli produk fesyen Tina. Hasil dari kegiatan wirausaha ini Tina berhasil meraup pendapatan omset ratusan juta dalam per tahun.

Selain Tina ada juga Reni yang juga menjadi pelaku bisnis di bidang fesyen. Untuk menjalankan bisnisnya, Reni menggunakan internet untuk memasarkan produknya (marketing) sekaligus menjual produknya (selling). Sama seperti Tina, Reni juga fokus membuka toko berbasis daring dengan menggunakan media sosial dan marketplace seperti Shopee, Lazada, Tokopedia. Rita juga membuka bisnis fesyen berbasis daring. Namun

berbeda dengan Tina dan Reni, Rita tidak memproduksi produk fesyennya sendiri melainkan menjadi reseller sebuah *brand* ternama. Rita juga menggunakan media sosial dan marketplace dalam memasarkan produk dan menjual produk. Dari ilustrasi ini terlihat bahwa Tina, Reni, dan Rita telah menjadi warga kosmopolitan. Ia mendapatkan pengetahuan yang tersebar di internet. Jaringan pergaulannya pun menerobos batas-batas desa. Teknik pemasaran atau marketing menggunakan jasa platform global seperti Facebook dan Shopee. pelanggannya menjangkau seluruh Indonesia. Tina, Reni dan Rita adalah representasi generasi milenial yang memiliki antusiasme tinggi terhadap teknologi informasi, terkoneksi dengan internet, memanfaatkan internet tidak hanya untuk komunikasi namun juga melakukan kegiatan ekonomi.

Fesyen adalah sektor ekonomi yang termasuk dalam kategori ekonomi kreatif. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, ekonomi kreatif di Indonesia mengalami tren pertumbuhan ekonomi yang positif alias meningkat. Bahkan di tahun 2019, ekspor di bidang ekonomi kreatif di Indonesia adalah 11,9% ekspor nasional. Dalam hal ini, industri fesyen menempati posisi teratas. Industri fesyen juga menyumbang 23% total tenaga kerja ekonomi kreatif (nomor 2 setelah industri kuliner) (Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020). Artinya, secara makro industri fesyen di Indonesia memang sedang dan berpotensi tumbuh cukup signifikan. Peluang pasar bisnis fesyen sangat besar. Dari sisi produsen, pasar atau konsumen fesyen merentang dari kelas menengah bawah hingga kelas menengah atas. Oleh karena itu pelaku bisnis tinggal menempatkan toko atau merek dagangnya sesuai dengan *brand positioning* nya. Namun yang perlu diperiksa lebih lanjut adalah bagaimana pertumbuhan bisnis fesyen khususnya pakaian jadi ini terhadap isu kedaulatan ekonomi?

Pemikiran berdaulat ekonomi dapat ditelusuri maknanya dari pemikiran Soekarno tentang ekonomi berdikari (singkatan dari berdiri di atas kaki sendiri). Menurut Soekarno, yang dimaksud dengan berdikari adalah kemampuan bangsa yaitu melalui sumber modal dalam negeri baik dalam investasi maupun tenaga kerja sehingga dapat menuju kepada keadilan sosial, sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat (Simanjuntak, Mukhlis, & Pratama, 2021). Menurut Revrisond Baswir, berdaulat ekonomi berarti rakyat memiliki alat-alat produksi (Berdikari Online, 2012). Sementara itu, Arif Budimanta mengatakan bahwa indikator negara berdaulat ekonomi bisa dilihat dari berbagai faktor, yaitu produksi, konsumsi, dan transaksi atau perdagangan. Jika salah satu faktor itu masih tunduk pada kuasa asing, maka negara itu belum berdikari, melainkan masih terjajah oleh sistem kolonial (Investor.id, 2011). Oleh karena itu, untuk memeriksa apakah industri fesyen yang berkembang pesat di era digital sesuai dengan prinsip-prinsip kedaulatan ekonomi, maka harus diperiksa bagaimana dimensi kekuasaan antar-bangsa dalam industri fesyen itu sendiri, yang meliputi produksi, konsumsi dan perdagangan.

Dilihat dari konsumsi fesyen yang diproduksi oleh Tina, Reni dan Rita, pasar toko fesyen mereka adalah orang Indonesia. Artinya, hanya mengandalkan pasar dalam negeri saja bisnis dapat bertumbuh dengan pesat. Namun bagaimana jika ditilik di aspek produksinya? Industri fesyen di Indonesia masih bergantung pada impor. Bahan baku untuk industri hulu tekstil Indonesia masih bergantung pada impor. Hal ini karena terjadi ketidakseimbangan antara kapasitas produksi kapas dalam negeri dengan permintaan industri tekstil Indonesia. Sebagaimana dilaporkan oleh CNBC Indonesia, kebutuhan kapas Indonesia adalah 3.07 juta bal. Sementara itu kemampuan produksi kapas Indonesia baru 3.010 bal (Setiaji, 2021). Oleh karena itu, Indonesia masih sangat bergantung pada kapas.

Di sisi lain, harga kapas dunia cenderung naik. Oleh karena itu harga kain di pasaran juga ikut meningkat. Hal ini dirasakan oleh Tina. Menurutnya hampir setiap bulan harga kain selalu meningkat. Oleh karena itu Tina terpaksa menaikkan harga pakaian produksinya. Daya beli masyarakat Indonesia yang menengah tentu sangat terpengaruh dengan naiknya harga produk yang ditawarkan. Namun Tina tidak punya pilihan lain selain menaikkan harga pakaian.

4. KESIMPULAN

Teknologi informasi telah mendisrupsi desa. Masyarakat desa tidak asing lagi dengan internet, *smartphone* dan aplikasi media sosial. Sehingga pertukaran informasi yang diterima oleh masyarakat desa tidak lagi sebatas lingkungan perdesaan. Generasi milenial yang ada di desa bahkan lebih optimal dalam memanfaatkan fungsi internet. Mereka tidak hanya menggunakan internet sebagai media bertukar informasi dan komunikasi, namun juga mengubah pola interaksi yang tadinya luring, menjadi daring melalui media sosial. Lebih dari itu internet juga mengubah orientasi karir mereka.

Di wilayah yang identik dengan desa agraris, para generasi milenial lebih memilih untuk menjadi *entrepreneur* dengan membuka toko daring (*online shop*). Di wilayah yang saya observasi, telah tumbuh suatu kelompok yang fokus berjualan pakaian secara daring. Mereka menggunakan fasilitas media sosial dan *e-commerce* sebagai alat pemasaran dan penjualan. Secara makro, apa yang dialami oleh subjek penelitian saya juga mungkin dialami oleh generasi milenial lain di desa lain. Ini terbukti dengan meningkatnya bisnis fesyen nasional.

Peluang bisnis di sektor ekonomi kreatif, khususnya fesyen ini perlahan-lahan menggeser ekonomi berbasis pertanian. Artinya, internet telah menyediakan peluang atau membuka lapangan kerja bagi masyarakat desa, khususnya generasi milenial. Namun, artikel ini juga menunjukkan bahwa hal itu tidak berbanding lurus dengan isu kedaulatan ekonomi. Hal ini karena pada sektor hulu industri pakaian masih sangat bergantung pada impor kapas. Dengan kata lain, semakin banyak pelaku bisnis ekonomi kreatif khususnya fesyen di perdesaan, semakin dalam juga ketergantungan terhadap impor. Pemerintah dapat melihat masalah tersebut ini sebagai peluang dan tantangan untuk menggenjot produksi di sektor bahan baku utama tekstil, khususnya kapas. Sehingga, tumbuhnya sektor industri kreatif, khususnya fesyen, dapat ikut menciptakan kemandirian atau kedaulatan ekonomi Indonesia.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Achmad W, R., Poluakan, M., Dikayuana, D., Wibowo, H., & Raharjo, S. (2019). Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 187-197.
- Ahsan, M., Muhammad, R., & Sakaria. (2021). Pergeseran Orientasi Kerja Pemuda di Desa Patannyamang Kecamatan Camba, Kabupaten Maros. *Hasanuddin Journal of Sociology (HJS)*, 83-94.
- APJII. (2022, Juni 1). *Profil Internet Indonesia 2022*. Diambil dari APJII: <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>

- Berdikari Online. (2012, Juni 26). *Revrisond Baswir: Rakyat Harus Punya Alat Produksi*. Diambil dari Berdikarionline: <https://www.berdikarionline.com/revrisond-baswir-rakyat-harus-punya-alat-produksi/>
- BPPSDMP Kementan RI. (2021, Agustus 6). *Pembukaan Pelatihan Petani dan Penyuluh Serta Pengukuhan Duta Petani Milenial Duta Petani Andalan*. Diambil dari Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=0ions7NlL4c>
- Investor.id. (2011, April 22). *Ekonomi Indonesia Dinilai Belum Berdikari*. Diambil dari Investor.id: <https://investor.id/archive/ekonomi-indonesia-dinilai-belum-berdikari>
- Jayani, D. H. (2021, Mei 24). *Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia*. Diambil dari Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia#:~:text=Komposisi%20penduduk%20terbesar%20selanjutnya%20berada,juta%20atau%2021%2C88%25>
- KBBI. (n.d.). Diambil dari KBBI Daring Edisi III: <https://kbbi.web.id/desa>
- KOMPASTV. (2021, Juli 31). *Indonesia Negara Agraris, Tapi Kenapa Bertani Tak Jadi Cita-cita Utama Pemuda Indonesia???* Diambil dari Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=hfK1mXQBl3c&t=153s>
- Manullang, S. O. (2021). Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan di Era Teknologi. *Cross-Border: Jurnal Kajian Perbatasan Antarneegara, Diplomasi dan Hubungan Internasional*, 83-88.
- Murdiyanto, E. (2020). *Sosiologi Perdesaan: Pengantar Untuk Memahami Masyarakat Desa*. Yogyakarta: UPN Veteran Yogyakarta Press.
- Nugraha, Y., & Herawati, R. (2015). Menguak Realitas Orang Muda Sektor Pertanian di Perdesaan. *AKATIGA*, 1-23.
- Ohoitumur, J. (2018). Disrupsi: Tantangan Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Peluang Bagi Lembaga Pendidikan Tinggi. *Respons*, 143-166.
- Pamungkas, C. (2015). Global Village dan Globalisasi dalam Konteks ke-Indonesiaan. *Global & Strategis*, 245-261.
- Setiaji, H. (2021, September 30). *Indonesia 'Kecanduan' Impor Kapas, Harga Baju Makin Mahal!* Diambil dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210930102131-4-280314/indonesia-kecanduan-impor-kapas-harga-baju-makin-mahal>
- Setiawan, V. N. (2022, Juni 15). Diambil dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220615172612-4-347429/4700-desa-belum-teraliri-listrik-begini-jurus-pln>
- Simanjuntak, T. H., Mukhlis, I., & Pratama, A. (2021). Demokrasi Ekonomi Pancasila, Ekonomi Berdikari dalam Menghadapi Arus Globalisasi-Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* (pp. 91-108). Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Subiakto, H. (2013). Internet Untuk Pedesaan dan Pemanfaatannya Bagi Masyarakat. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 243-256.
- Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

- Wahid, U. (2015). Perubahan Politik dan Sosial Budaya Masyarakat Gampong Aceh Di Era Internet–New Media. *Jurnal Communicate*, 13-24.
- Wariyanto, A., & Hariyanto, W. (2020). Peran Dana Desa Untuk Percepatan Transformasi Desa di Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Kesiapan Sumber Daya Pertanian dan Inovasi Spesifik Lokasi Memasuki Era Industri 4.0* (pp. 41-52). Bogor: Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian.