MERCHANDISE BERBASIS SASTRA JAWA: PELUANG PENGEMBANGANINDUSTRI KREATIF DI YOGYAKARTA

Wachid E. Purwanto

Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FKIP,

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

signsreader@gmail.com

Abstrak

Saat ini Indonesia telah memasuki Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)merupakan bentuk integrasi ekonomi di wilayah Asia Tenggara. Sebagai salah satu propinsi di Indonesia,Yogyakarta akan menjadi wilayah pasar dan basis produksi ekonomi ASEAN. Sebagai akibatnya Yogyakarta menjadi bagian kawasan ekonomi dengan tingkat kompetisi tinggi. Kompetisi tersebut dapat berupa munculnya produk luar negeri dalam jumlah besar sehingga dapat mengancam industri lokal. Upaya untuk menanggulangi ancaman tersebut dapat dilakukan dengan mengembangkan kekuatan lokal yang ada di Yogyakarta. Salah satu kekuatan lokal yang dapat dikembangkan di Yogyakarta adalahkarya sastra Jawa. Karya sastra Jawa ini merupakan hasil produk kreatif lokal yang orisinal. Hanya dimiliki oleh masyarakat Jawa. Tidak dimiliki oleh masyarakat di negara ASEAN lainnya.

Makalah ini merupakan membincangkan tentang peluang aktualisasi karya sastra Jawa klasik dalam bentuk *merchandise* modern dan pemanfaatan karya sastra Jawa sebagai basis ekonomi kreatif bagi masyarakat di Yogyakarta. Dalam wacana pengemasan karya sastra Jawa dalam bentuk *merchandise*terdapatdua macam kategori yakni fesyen dan kerajinan.*Merchandise* dalam bentuk fesyen meliputi 1) dompet, 2) gelang, 3) *handphone case*, 4)*ipad case*, 5) kaos, 6) sabuk, 7) sapu tangan, 8) syal dan 9) topi. Adapun *merchandise* dalam bentuk kerajinan meliputi tujuh jenis barang berikut. *merchandise* kerajinan berupa 1) gantungan kunci, 2) mug, 3) payung kertas, 4) pena, 5) pensil, 6) pin dan 7) kipas. Adapun karya Sastra Jawa yang akan disematkan dalam *merchandise*meliputi tiga hal yakni berupa 1) kutipan *quote* tokoh sastra, 2) kutipan Serat dan 3) kutipan pepatah.

Pemanfaatan karya sastra Jawa sebagai basis ekonomi kreatif mempunyai kaitan dalam hal 1) upaya penghadiran kembali karya sastra Jawa dalam bentuk modern, 2) menggugah kesadaran masyarakat bahwa sastra Jawa masih mampu menghadirkan kebermanfaatan bagi masyarakat modern, 3) kebermanfaatan sastra Jawa dapat menghadirkan nilai filosofis dan nilai finansial bagi masyarakat manakala sastra Jawa diekspresikan dengan cara yang baru sesuai perkembangan zaman.

Kata Kunci: *merchandise,* sastra Jawa, industri kreatif, Yogyakarta

Industri kreatif di Yogyakarta

Program*Rencana Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2025* dicanangkan oleh Presiden SBY pada tahun 2009. Pada tahun 2009 ini juga dicanangkan sebagai Tahun Indonesia Kreatif berdasar Inpres No. 6 Tahun 2009.Rencana pengembangan tersebut meliputi tujuh kelompok industri kreatif, yaitu (1) arsitektur, (2) fesyen, (3) kerajinan, (4) layanan komputer dan piranti lunak, (5) periklanan, (6) permainan interaktif serta (7) riset dan pengembangan. Konsep Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang

mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Pertumbuhan ekonomi yang awalnya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) berevolusi menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM). Perubahan tersebut menggeser era genetik dan ekstraktif kepada era manufaktur dan jasa informasi. Perkembangan akhirnya berada pada era ekonomi kreatif.[1]

Tantangan MEA pada tahun 2025 berada pada wilayah daya saing antarnegara. Daya saing initidak hanya terletak pada efisiensi dan keunggulan produk melainkan juga pada inovasi. Pada wilayah inovasi, khususnya wilayah industri kreatif, Yogyakarta memiliki kontribusi besar dalam mendukung industri kreatif nasional.Industri kreatif di Yogyakarta telah menyumbang 7% produk domestik bruto (PDB) yang berasal dari 10 unsur sektor industri kreatif di Yogyakarta. Kesepuluh sektor industri kreatif tersebut di antaranya adalah (1) arsitektur, (2) pasar seni, (3) kerajinan, (4) film, (5) musik, (6) fesyen, (7) kuliner, (8) periklanan, (9) desain, (10) percetakan dan penerbitan.[2]Nilai ekspor industri kreatif Yogyakarta mengalami kenaikan. Pada tahun 2013nilai ekspor industri kreatif Yogyakarta berkisar antara 220 juta dolar AS (Rp2,6 triliun), pada tahun 2014menjadi 242 juta dolar AS (Rp2,89 triliun). Keunggulan industri kreatif di Yogyakarta disebabkan oleh adanya kemudahan akses, ketersediaan tenaga kerja muda terdidik berspesialisasi industri kreatif, banyaknya lembaga-lembaga pendidikan berbasis industri kreatif dan merebaknya komunitas di berbagai bidang kreatif.[3]

Terdapat 87 negara tujuan ekspor komoditas industri kreatif dari Yogyakarta. 102 komoditas diekspor dari 115 eksportir. Adapun tiga negara pengimpor teratas adalah Amerika, Jerman, dan Jepang. Di negara Jerman, minat impor paling banyak berasal dari sektor tekstil, kerajinan kayu, kerajinan batu, perak, dan kerajinan bambu. Industri kreatif diharapkan mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Yogyakarta. Pada tahun 2014 di Yogyakarta terdapat sekitar 22 ribu pelaku industri kreatif.Sejumlah 84.234 berasal dari industri kecil menengah. Berdasarkan jumlah tersebut, apabila masing-masing pelaku industri kreatif memiliki

---

[1]*Prof.Dr.Faisal Afiff, SE.Spec.Lic. Pilar-pilar Ekonomi Kreatif.* feb.unpad.ac.id
[2]*BPS Kesulitan Kumpulkan Data Industri Kreatif.* Koran Sindo.com. Edisi 26 September 2015
[3]*Kadin Dukung Industri Kreatif Di Yogyakarta.* Warta Ekonomi. Rubrik Ekonomi Bisnis. Edisi 4 September 2015

empat tenaga kerja,Yogyakartatelah memiliki 88.000 tenaga kerja industri kreatif.[4]Berdasarkan data mengenai rencana pengembangan tujuh kelompok industri kreatif yang telah disebutkan sebelumnya, peluangpengembangan yang akan dibahas dalam makalah ini hanya meliputi dua sektor, yakni sektor kerajinan dan fesyen. Pembahasan dua sektor ini ditentukan dengan alasan peluang kedua sektor ini masih memiliki banyak peminat. Terutama minat para wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta.

Merchandise berbasis sastra Jawa

Adapun basis yang dipakai dalam dua sektorkerajinan dan fesyen ini adalah sastra Jawa. Sastra Jawa dipilih sebagai basisindustri kreatif dengan alasan sastra Jawa memiliki akar tradisi yang kuat dalam sejarah tumbuh kembang kota Yogyakarta. Tradisi asli merupakan salah satu daya tarik bagi para wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah. Sastra Jawa tentu saja menjadi daya tarik tersendiri apabila dikemas sesuai perkembangan zaman. Karya sastra Jawa ini merupakan hasil produk kreatif lokal yang orisinal. Hanya dimiliki oleh masyarakat Jawa. Tidak dimiliki oleh masyarakat di negara ASEAN lainnya. Dengan demikian, peluang pengembangan industri kreatif berbasis sastra Jawa menjadi terbuka lebar.

Adapun kebermanfaatan, peluang dan tantangan sastra Jawa dalam menghadapi perubahan zaman pernahdisampaikan oleh Sri Sultan Hamengku Buwono X dalam kata sambutan *Katalog Induk Naskah-naskah Nusantara Jilid 2: Kraton Yogyakarta* sebagai berikut.

> … tradisi sastra Jawa masih bertahan karena ada semangat untuk menuliskannya kembali. Berbagai cara telah ditempuh untuk menghadirkan karya klasik itu agar aktual.ada yang melalui transliterasi, penerjemahan, penulisan kembali, alusi-alusi, ataupun bahkan beberapa fragmen dan dialog yang jelas-jelas meniru karya-karya sebelumnya yang lebih tua. …selayaknya kita menggunakan sastra Jawa agar bermakna bagi kehidupan nyata, agar sastra Jawa itu mampu menjawab tantangan zaman dalam perspektif masa depan.
>
> Kepada generasi sekarang dapat diperlihatkan kembalinilai-nilai *adiluhung*[5]yang terkandung di dalamnya. Sebab nilai-nilai tradisional lama bila dikaji dan diuji siapa tahu mungkin dapat memberikan inspirasi, tatkala diekspresikan secara baru di tengah-tengah proses pergeseran budaya yang sedang berlangsung dengan sengitnya. (Lindsay, 1994:vii-ix)

---

[4]*Ekspor Industri Kreatif Yogya Rp 2,8 Triliun*. Tempo. Edisi 16 September 2014

[5]Menurut Mangkunegara IV, tanah Jawa memiliki pengetahuan adiluhung seperti halnya sebuah agama yang mengilhami para penguasanya (Mulder, 2011:116)

Dengan demikian, pemilihan sastra Jawa sebagai basis industri kreatif di Yogyakarta memiliki landasan adanyakebermanfaatan sastra Jawa yang dapat menghadirkan nilai filosofis sekaligus nilai finansial bagi masyarakat. Hal ini tentunya akan menjadi peluang finansial manakala sastra Jawa diekspresikan dengan cara yang baru. Salah satu ekspresi semangat penulisan sastra Jawa yang dapat menghadirkan nilai filosofis sekaligus nilai finansial adalah dengan media *merchandise*.

Merchandise menurut kamus Oxford berarti (1)barang yang akan diperjualbelikan (*Goods to be bought and sold*),(2) Produk bermerek yang digunakan untuk mempromosikan sebuah film, grup pop, dll, atau terkait dengan karakter fiksi (*Branded products used to promote a film, pop group, etc., or linked to a fictional character*).[6]Berdasarkan hal tersebut, *merchandise* berbasis sastra Jawa dalam makalah ini dimaksudkan sebagai barang yang memuat kutipan karya sastra Jawa guna diperjualbelikankepada masyarakat umum.

Sekilas sejarah sastra Jawa dan masyarakatnya

Yogyakarta sebagai salah satu pusat tumbuh kembang sastra Jawa, tentunya memiliki sejarah yang masih dapat dilacak. Rekam jejak studi sastra Jawa Kuno secara tertulis dimulai tanggal 25 Maret 804M. Penentuan tanggal, bulan dan tahun tersebut berdasar Prasasti Sukabumi yang menyebutkan ‘pada tahun762 penanggalan *Çaka* , dalam bulan *Çaitra*, pada hari ke sebelas paro terang, pada hari Haryang atau hari kedua dalam minggu yang berhari enam, *Wage* atau hari keempat dalam minggu berhari lima, *saniscara* atau hari ketujuh dalam minggu berhari tujuh (Zoetmulder, 1985:3). Selanjutnya pada Prasasti *Mantyasih* yang diterbitkan pada masa Rakai Watukumara Dyah Balitung berangka tahun 907M. Prasasti ini berisi nama para raja Mataram Kuno. (Purwadi, 2005:11)

Adapun kakawin tertua adalah *Arjunawiwaha*. Karya ini ditulis untuk penghormatan kepada Raja Airlangga[7] (berkuasa kisaran tahun 1019-1042). Pengarangnya adalah mpu Kanwa.

---

[6]http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/merchandise

[7]Sesudah tahun seribu, seluruh Jawa Timur dipersatukan dalam suatu kerajaan oleh Raja Airlangga. Pusat kerajaan berada di Kediri. Airlangga diceritakan bertahun-tahun mengembara di hutan untuk mencapai kesaktiansebelum

(Ras, 2014: 155). Memasuki zaman Majapahit mulai tampak jatidiri masyarakat Jawa yang mandiri. Hal ini dibuktikan dengan gubahan sastra Jawa yang berjudul *Nagarakertagama, Calwanarang,* dan *Pararaton*. Adapun bahan ketiga karya sastra Jawa tersebutdiambil dari nusantara. Demikian pula pola logika, etika dan estetikanya berasal dari tanah air bukan dari Hindustan. (Dojosantosa, 1986:13)

Pada zaman Mataram awal, kegiatan kesusastraan berada di seputar *Kuta Gede* boleh jadi tampak tidak berarti. Hal ini disebabkan kerajaan Mataram terletak jauh di pedalaman. Jumlah penduduk yang jarang dan lalu lintas yang sulit. Baru pada masa pemerintahan Sultan Agung (1613-1646), keadaan mulai berubah. Pada masa itu, ekspedisi militer sering diadakan. Rakyat di daerah yang berhasil dikalahkan selalu dipindahkan ke Mataram. Dengan demikian, penduduk Mataram semakin bertambah. Bertambahnya jumlah penduduk menyebabkan kerajaan mendapat landasan ekonomi yang lebih kokoh. Sultan Agung menguasai warga yang dapat diperintah guna melakukan kerja wajib dan dinas ketentaraan pada masa sehabis panen. Pada masa inilah Sultan Agung melihat adanya kebutuhan yang jelas akan kesusastraan yang bersifat persuasif. Kesusastraan pada masa Sultan Agung ini berupa teks-teks yang bersifat didaktis-moralistis; menganjurkan hormat kepada guru dan orang tua, kepatuhan pada pemerintah, kesetiaan pada raja, kerajinan dan ketekunan, serta ketaatan kepada agama (Ras, 2014:260-261).

Salah satu naskah tertua dari zaman Mataram adalah *Pepali Ki Gede Sesela*, yakni sekumpulan pelajaran kelakuan baik dalam bentuk puisi. Diyakini ditulis oleh nenek moyang para Raja Mataram dan ditujukan kepada putra dan cucunya. Sultan Agung dipercaya menulis *Sastra Gending*, yakni sebuah tembang didaktis-spekulatif bermuatan moralistis. Karya Sultan Agung yang lain adalah kitab *Nitipraja* (1641) yang berisi tuntunan hidup bagi raja, pejabat dan rakyatnya. *Nitipraja* ditulis dengan mencontoh kitab *Niti Sruti*, sebuah karya puisi yang berisi ilmu pengajaran politik, perilaku yang arif dan hubungan yang ideal antara raja dan rakyat. Niti Sruti ditulis oleh Pangeran Karanggayam pada tahun 1612. (Ras, 2014:262)

---

mencapai kekuasaan. Tidak mengherankan apabila pada zaman pemerintahannya dituliskan kakawin*Arjuna wiwaha* saduran Mahabarata India yang mengisahkan Arjuna yang bertapa bertahun-tahun di dalam hutan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pararelisme antara Arjuna dengan Airlangga (Suseno, 1993:25)

Satu hal yang dapat dijadikan bahan catatan, pada zaman Jawa Kunopendidikan kesusastraan tidak hanya diberikan pada golongan tertentu saja. Pendidikan sastra, khususnya puisi (*kakawin*) merupakan pendidikan yang harus diikuti oleh umum, lebih-lebih kalangan pegawai istana dan pemuka masyarakat(Zoetmulder, 1985:179).

Merchandise berbasis sastra Jawa

Keberhasilan Sultan Agung dalam memberikan pendidikan kesusastraan yang persuasif, didaktis dan moralistis kepada masyarakat Mataram waktu itu, tampaknya masih dapat dilihat dalam tata perilaku masyarakat Yogyakarta yang dikenal ramah, santun, patuh, rajin dan tekun. Keberhasilan pendidikan kesusastraan Sultan Agung inilah yang sekiranya dapat menjadi motivasi dan peluang pengembangan *merchandise* sektor fesyen dan kerajinan di Yogyakarta. Berikut adalah beberapa contoh kutipansastra Jawa yang dapat ditulis ulang.

Kutipan *quote* tokoh

Berdasarkan urutan abjad nama tokoh, berikut contoh kutipan tokoh sastra Jawa.

a. K.G.P.A.A. Mangkunagara IV

   Ngelmu iku kalakone kanthi laku. Artinya ilmu akan tercapai dengan *laku* (perjalanan lahir batin). (Subalidinata, 1994:74)

b. Ki Hadjar Dewantara

   Ing ngarsa sung tuladha. Ing madya mangun karsa. Tut wuri handayani. Artinya di depan memberi tauladan. Ditengah memberi semangat. Di belakang menjaga keselamatan (Santosa, 2008: 43) *Jer basuki mawa bea*. Artinya untuk mendapatkan yang inginkan membutuhkan biaya (Santosa, 2008:47)

c. R. Ng. Yasadipura II

   Wataking wong cegah nendra, kasinungan lepas budi. Wataking wong cegah sega, teguh pikantukireki. Wataking cegah warih, tawa ing wisa wong iku. Yeku yen sira sedya, mangkono pahalaneki, pan wong tapa tinemu sabarang sedya.(Subalidinata, 1994:74)

d. R.M.P. Sosrokartono[8]

[8]Raden Mas Panji Sosrokartono lahir di Mayong, 10 April 1877. Beliau adalah putra Raden Mas Adipati Ario Sosroningrat, Bupati Jepara. Kakak dari Kartini ini memiliki gelar *Docterandus in de Oostersche Talen* dari Perguruan Tinggi Leiden. Bekerja sebagai wartawan perang pada koran New YorkHerald dan New York Herald Tribune. sebelum menjadi wartawan pernah menjadi penerjemah di Wina, Austria. Setelah perang usai, beliau bekerja sebagai ahli bahasa pada kedutaan Prancis di Den Haag. Beliau menguasai 24 bahasa asing dan 10 bahasa suku nusantara. Pernah menjadi Kepala Sekolah di Perguruan Taman Siswa, *Nationale Middlebare School*,

Berikut adalah beberapa kutipan dari tokoh Jawa R.M.P. Sosrokartono. *Murid gurune pribadi. Guru muride pribadi. Pamulangane sengsarane sesami.Ganjarane ayu lan arume sesami.* Kutipan ini berarti murid gurunya diri pribadi. Guru muridnya diri pribadi. Tempat belajarnya penderitaan sesama. Pahalanya kebaikan dan keharuman sesama. (Suryopati, 2011:39). Adapun kutipan berikutnya adalah *Sugih tanpa bandha, Digdaya tanpa aji. Nglurug tanpa bala, menang tanpa ngasorake*. Kutipan tersebut berarti kaya tanpa harta, sakti tanpa ajian. Menyerang tanpa pasukan, menang tanpa merendahkan (Suryopati, 2011:69). Kutipan berikutnya adalah *Trimah mawi pasrah. Suwung pamrih tebih ajrih. Langgeng tan ana susah tan ana seneng. Anteng mantheng sugeng jeneng*. Kutipan ini berarti menerima dengan pasrah (tawakal). Tiada pamrih, jauh dari takut. Abadi tiada duka tiada suka. Tenang memusat, bahagia bertahta. (Suryopati, 2011:103). Kutipan berikutnya adalah *ikhlas marang apa sing wes kelakon. Trimah apa kang dilakoni*. Pasrah marga apa kang bakal ana. Kutipan ini berarti ikhlas terhadapapa yang telah terjadi. Menerima apa yang sedang dijalani. Pasrah terhadap apa yang akan terjadi. (Suryopati, 2011:106).

Kutipan Serat

1. Serat Kalatida[9]

   Amenangi jaman edan. Ewuh aya ing pambudi. Milu edan nora tahan. Yen tan milu anglakoni. Boya kaduman melik. Kaliren wekasanipun. Ndilalah karsa Allah. Begja-begjane kang lali. Luwih begja kang eling lawan waspada. Artinya:Hidup di dalam jaman edan memang repot. Akan mengikuti tidak sampai hati. Tetapi kalau tidak mengikuti gerak jaman tidak mendapat apapun juga. Akhirnya menderita kelaparan. Namun sudah menjadi kehendak Tuhan. Bagaimanapun juga orang yang lupa itu bahagia namun lebih bahagia orang yang senantiasa ingat dan waspada (Any, 1979: 31-34).

Bandung. Tahun 1930 mendirikan Dar-Oes-Salam di Bandung sebagai tempat pengobatan rakyat. Beliau wafat 8 Februari 1952 di Bandung. (Syuropati, 2015:20-25)

[9]Serat yang ditulis oleh Ranggawarsita

2. Serat Wirid

   Ingsun dating gusti kang asipat esa, anglimputi ing kawulaningsun, tunggaldadi sakahanan, sampurna saka ing kudratingsun. Artinya aku berada pada tuhan yang memiliki sifat Esa, meliputi dalam diriku, tunggal yang menjadi satu keadaan, akan menjadi sempurna dari kodratku (Wahono, 2005: 16,84).

3. Serat Wedhatama[10]

   Marma ing sabisa-bisa. Babasane muriha tyas basuki. Puruitaa kang patut. Lan traping angganira. Ana uga angger-ugering kaprabon. Abon-aboning panembah. Kang kambah ing siyang ratri. Artinya seyogyanya sedapat mungkin, sebagaimana pepatah mengatakan. Upayakanlah dengan sungguh-sungguh keselamatan hati. Untuk itu carilah ilmu yang patut dengan menyesuaikan diri pada kepribadian bagi suatu kerajaan sebagai pedoman yang harus dipatuhi. Merupakan kelengkapan dari suatu pengabdian yang dikerjakan dan diamalkan siang dan malam. (Sabdacarakatama, 2010:25)

4. Serat Centini II

   *Gunung katon tegal katon yayi. Ewuh katone wahya jatmika. Yen tan lawan paesane. Paesan iku ngelmu. Upamane wong ngilo yayi. Kudu ngupaya kaca. Kang wening sumunu. Lamun goroh kacanira. Ingkang ngilo geseh rupa jroning cermin. Gesehe saking kaca.*Artinya gunung-gemunung dan ladang-ladang dapat dilihat. Tetapi sukarlah melihat yang lahir dan yang batin. Bila tidak menggunakan cermin. Adapun cermin itu adalah ilmu. Seseorang yang ingin bercermin. Hendaknya mencari cermin yang jernih. Bila cermin itu dusta,maka orang yang bercermin akan memperoleh rupa yang berbeda. Perbedaan itu disebabkan oleh cermin.(Zoetmulder, 1990: 321)

5. Serat Nitisastra

   Norana mitra manglewihane waraguna maruhur. Tidak ada sahabat semulia ilmu pengetahuan (Suarka, 2011:iii)

[10]Karya K.G.P.A.A. Mangkunagoro IV

Kutipan pepatah

1. *Celak Coloking Hyang Widi, momor pamoring sawujud* artinya dekat dengan nur Ilahi, menyatu dengan yang tak kasat mata (Santosa, 2008: 24)
2. *Tata titi tlaten* artinya tertata teliti telaten (Subalidinata, 1994:5)
3. *Legon lemar luput kaiwar;* tunas dan daun pohon kelor tidak akan terlantar. Maksudnya segala sesuatu yang dapat diambil manfaatnya tidak akan terbuang; orang yang memiliki keahlian tidak akan terlantar (Syuropati, 2015:120)
4. *Aja mung ngawula wadhuk;*jangan hanya menghamba perut (Reksodiharjo, 1985:31)
5. *Urip mung saderma nglampahi;* hidup hanyalah sekadar menjalani (Achmad, 2012: 53)
6. *Kebat Kliwat, ngangsa marakake brahala*. Artinya terlalu cepat akan terlewat, memaksakan diri menyebabkan celaka (Santosa, 2008: 59)
7. *Sabar subur* artinya sabar itu membuat subur. (Santosa, 2008: 105)
8. *Sluman slumun slamet* artinya pelahan-lahan asal selamat (Subalidinata, 1994:5)
9. *Manungsa winenang ngudi, purba wasesa ing astane Gusti*. Artinya manusia bisa berusaha, Tuhan yang menentukan. (Santosa, 2008: 76)
10. *Sapa temen bakal tinemu*. Artinya siapa bersungguh sungguh akan berhasil (Santosa, 2008: 110)

Adapun beberapa contoh *merchandise* sektor fesyen dan kerajinan yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut. Pertama, *merchandise* fesyen dapat berupa dompet, gelang, *handphone case*, *ipad case*, kaos, sabuk, sapu tangan, syal dan topi. Bahan baku *merchandise*dapat berupa kulit binatang (dompet, gelang, *handphone case* dan sabuk), bambu/kayu (*ipad case*) dan kain katun (kaos, sapu tangan, syal dan topi).

Kedua, *merchandise*kerajinan dapat berupa gantungan kunci, mug, payung kertas, pena, pensil, pindan kipas. Bahan baku dapat berupa kulit binatang (gantungan kunci), keramik (mug), bambu+kertas (payung kertas), kayu (pena dan pensil), plastik (pin dan kipas). Bahan baku tersebut mudah didapat dengan harga relatif murah. Inovasi desain dalam penulisan kembali sastra Jawa memungkinkan mengangkat nilai jual sastra Jawa bermedia *merchandise* tersebut.

Ilustrasi *merchandise*berbasis sastraJawa

Ilustrasi *merchandise*topi: *Tan lelana*

Ilustrasi *merchandise*sabuk: *Aja mung ngawula wadhuk*

Ilustrasi *merchandise*tas: *jer basuki mawa bea*

Ilustrasi *merchandise*dompet: *sugih tanpa banda*

Ilustrasi *merchandiseipad case*:

Norana mitra manglewihane waraguna maruhur

Penutup

Pemanfaatan karya sastra Jawa sebagai basis industri kreatif mempunyai kaitan dalam hal 1) upaya penghadiran kembali karya sastra Jawa dalam bentuk modern, 2) menggugah kesadaran masyarakat bahwa sastra Jawa masih mampu menghadirkan kebermanfaatan bagi masyarakat modern, 3) kebermanfaatan sastra Jawa dapat menghadirkan nilai filosofis dan nilai finansial bagi masyarakat manakala sastra Jawa diekspresikan dengan cara yang baru sesuai perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Sri Wintala. 2012. *Wisdom van Java: Mendedah Nilai-Nilai Kearifan Jawa*. Yogyakarta: IN AzNa Books

Any, Andjar. 1979. *Rahasia Ramalan Jayabaya, Ranggawarsita dan Sabdapalon*. Semarang: CV Aneka

Dojosantosa. 1985. *Unsur Religius dalam Sastra Jawa*. Semarang: Aneka Ilmu

Lindsay, Jennifer, Dkk. 1994. *Katalog Induk Naskah-naskah Nusantara Jilid 2: Kraton Yogyakarta*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Mulder, Niels. 2011. *Mistisisme Jawa: Ideologi di Indonesia*. Yogyakarta: LKiS

Purwadi. 2005. *Sejarah Sastra Jawa*. Yogyakarta: Gelombang Pasang

Ras, J.J., 2014. *Masyarakat dan Kesusastraan di Jawa*. Jakarta: Yayasan Obor

Reksodihardjo, Soegeng, Dkk. 1985. *Ungkapan Tradisional yang Berkaitan dengan Sila-sila Pancasila Daerah Jawa Tengah*. Jakarta: Proyek Inventarisasi dan Dokumentasi, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan

Sabdacarakatama, Ki. 2010. *Serat Wedhatama Karya K.G.P.A.A. Mangkunagoro IV*. Yogyakarta: Narasi

Santosa, Iman Budhi. 2008. *Dunia Batin Orang Jawa*. Yogyakarta: RIAK

Suarka, I nyoman. 2011. *Telaah Sastra Kakawin*. Denpasar: Pustaka Larasan

Subalidinata, R.S. 1994. *Kawruh Kasusastran Jawa*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusatama

Syuropati, Mohammad A. 2011. *Sugih Tanpa Bandha Vs Ilmu Kanthong Bolong*. Yogyakarta: IN AzNa Books

----------. 2015. *Ajaran-Ajaran Adiluhung Raden Mas Panji Sosrokartono*. Yogyakarta: Syura Media Utama

----------. 2015. *1800^{++} Peribahasa Jawa Lengkap dengan Arti dan Tafsirnya*. Yogyakarta: Kauna Pustaka

Suseno, Franz Magnis. 1993. *Etika Jawa: Sebuah Analisa Falsafi tentang Kebijaksanaan Hidup Jawa*. Jakarta: Gramedia

Wahono, dkk. 2005. *Transkripsi dan Transliterasi Serat Wirid Karya Raden Ngabehi Ronggowarsito*. Pemerintah Propisnis Jawa Tengah, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, Museum Jawa Tengah Ronggowarsito.

Zoetmulder, P.J. 1985. *Kalangwan: Sastra Jawa Kuna Selayang Pandang*. Terjemahan Dick Hartoko. Jakarta: Djambatan

----------. 1990. *Manunggaling Kawula Gusti: Pantheisme dan Monisme dalam Sastra Suluk Jawa*. Terjemahan Dick Hartoko. Jakarta: Gramedia

DAFTAR AKSES LAMAN WEB

Prof.Dr.Faisal Afiff, SE.Spec.Lic. Pilar-pilar Ekonomi Kreatif.

http://www.feb.unpad.ac.id/id/arsip-fakultas-ekonomi-unpad/opini/2198-pilar-pilar-ekonomi-kreatif. Diakses tanggal 5 April 2016.

*BPS Kesulitan Kumpulkan Data Industri Kreatif.*Koran Sindo.com. Edisi 26-09-2015 http://www.koran-sindo.com/news.php?r=5&n=29&date=2015-09-26. Diakses tanggal 5 April 2016.

Kadin Dukung Industri Kreatif Di Yogyakarta
Warta Ekonomi.co.id. Rubrik Ekonomi Bisnis edisi 04 September 2015 http://wartaekonomi.co.id/read/2015/09/04/71189/kadin-dukung-industri-kreatif-di-yogyakarta.html.Diakses tanggal 5 April 2016.

Ekspor Industri Kreatif Yogya Rp 2,8 Triliun. Tempo. Edisi16 September 2014

https://m.tempo.co/read/news/2014/09/16/090607386/ekspor-industri-kreatif-yogya-rp-2-8-triliun