

Dr. Hendri: Ekonomi Budaya untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Updates. - TNIAD.NET

Jul 17, 2026 - 03:09



Dr. Ir. Hendri, ST., MT Wartawan Utama Ketua Umum Jurnalis Nasional Indonesia (JNI)

OPINI - Indonesia sering menyebut kebudayaan sebagai kekayaan bangsa. Kita membanggakan batik, tenun, tari tradisional, musik daerah, kerajinan, arsitektur, kuliner, bahasa, manuskrip, upacara adat, pengetahuan tradisional, dan berbagai warisan leluhur lainnya.

Namun, di balik kebanggaan tersebut terdapat kenyataan yang belum selalu menggembirakan. Banyak seniman hidup tanpa kepastian penghasilan. Perajin menghadapi kesulitan memperoleh bahan baku dan pasar. Pelaku tradisi bekerja hanya ketika ada festival. Maestro budaya berusia lanjut tanpa penerus, sementara komunitas pemilik budaya belum tentu memperoleh manfaat ketika warisannya digunakan secara komersial.

Kita membanggakan produknya, tetapi sering melupakan orang yang menjaga pengetahuan di balik produk tersebut.

Kita menikmati pertunjukannya, tetapi tidak selalu memastikan para senimannya hidup sejahtera.

Kita mempromosikan daerahnya, tetapi keuntungan terbesar justru dapat dinikmati perusahaan perjalanan, pemilik modal, platform digital, dan pelaku usaha dari luar komunitas.

Keadaan itu menunjukkan bahwa pelestarian budaya tidak cukup dilakukan melalui seremoni, festival tahunan, pencatatan warisan, pembangunan monumen, atau pidato kebanggaan. Kebudayaan perlu dihubungkan dengan sistem ekonomi yang adil agar masyarakat yang menciptakan, merawat, dan mewariskannya dapat memperoleh kehidupan yang layak.

Inilah pentingnya membangun ekonomi budaya.

Ekonomi budaya bukan upaya menjual seluruh kebudayaan. Ia merupakan cara membangun nilai tambah dari pengetahuan, ekspresi, keterampilan, warisan, dan identitas budaya secara bertanggung jawab sehingga menghasilkan pekerjaan, pendapatan, usaha, serta kesejahteraan bagi masyarakat.

Kebudayaan adalah Modal Pembangunan

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan menempatkan kebudayaan sebagai investasi untuk membangun masa depan dan peradaban bangsa. Pemajuan kebudayaan dilaksanakan melalui perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan agar masyarakat Indonesia berdaulat secara politik, berdikari secara ekonomi, serta berkepribadian dalam kebudayaan. [Database Peraturan BPK](#)

Landasan tersebut menunjukkan bahwa kebudayaan tidak hanya berbicara tentang masa lalu. Kebudayaan juga merupakan sumber daya untuk membangun masa depan.

Pengetahuan membuat batik bukan hanya menghasilkan selembar kain. Di dalamnya terdapat keterampilan, simbol, cerita, bahan, alat produksi, desain, pekerjaan, pendidikan, perdagangan, hingga identitas daerah.

Demikian pula tenun, ukiran, musik, tari, kuliner, arsitektur, pengobatan tradisional, permainan rakyat, cerita lisan, serta berbagai hasil kebudayaan lainnya. Setiap objek budaya mempunyai rantai nilai yang dapat melibatkan peneliti, seniman, perajin, petani bahan baku, desainer, fotografer, penulis,

penerjemah, produser, teknisi, pemandu, penyelenggara pertunjukan, pengelola ruang, pedagang, dan penyedia logistik.

Jika dikelola dengan baik, satu kegiatan budaya dapat menggerakkan banyak lapangan kerja. Sebuah festival, misalnya, dapat memberikan pendapatan kepada seniman, penata panggung, penyedia kostum, pedagang makanan, pengelola penginapan, pengemudi, fotografer, media lokal, serta pelaku UMKM.

Namun, dampak tersebut tidak terjadi secara otomatis. Tanpa perencanaan, festival hanya menjadi keramaian sesaat. Anggaran habis, panggung dibongkar, tamu pulang, dan pelaku budaya kembali menghadapi kesulitan yang sama.

Ekonomi budaya harus dibangun sebagai ekosistem sepanjang tahun, bukan hanya kegiatan beberapa hari.

Potensi Besar Ekonomi Kreatif

Ekonomi budaya mempunyai hubungan erat dengan ekonomi kreatif, meskipun keduanya tidak sepenuhnya sama. Ekonomi kreatif mencakup bidang yang sangat luas, termasuk aplikasi, permainan digital, periklanan, desain, film, musik, fesyen, kuliner, seni pertunjukan, kriya, dan penerbitan. Sementara ekonomi budaya lebih menekankan kegiatan ekonomi yang bersumber dari ekspresi, pengetahuan, warisan, identitas, dan praktik budaya masyarakat.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan ekonomi kreatif menyerap sekitar 27,4 juta pekerja pada 2025 atau 18,70 persen dari seluruh penduduk bekerja. Jumlah tersebut meningkat dari 26,48 juta pekerja pada 2024. Lebih dari separuh pekerjaanya berusia di bawah 40 tahun. [Badan Pusat Statistik](#)

BPS juga mencatat nilai PDB ekonomi kreatif atas dasar harga berlaku pada 2024 mencapai sekitar Rp1.611,2 triliun atau 7,28 persen dari PDB nasional. [Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif](#)

Data tersebut memperlihatkan bahwa kreativitas telah menjadi kekuatan ekonomi yang nyata. Namun, angka ekonomi kreatif secara keseluruhan tidak boleh langsung dianggap sebagai ukuran kesejahteraan pelaku budaya.

Kontribusi PDB yang besar belum menjelaskan berapa bagian yang diterima seniman, perajin, komunitas adat, serta pekerja informal. Nilai transaksi tidak selalu sama dengan pendapatan bersih pelaku. Pertumbuhan industri juga belum tentu menunjukkan adanya perlindungan terhadap warisan budaya.

BPS mencatat Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur menyerap sekitar 57,81 persen tenaga kerja ekonomi kreatif pada 2025. Konsentrasi tersebut memperlihatkan bahwa kesempatan ekonomi masih belum tersebar merata. Daerah yang kaya budaya belum tentu mempunyai akses yang sama terhadap pembiayaan, teknologi, pasar, promosi, dan infrastruktur.

Tantangan kita bukan hanya memperbesar ekonomi kreatif, tetapi memastikan pertumbuhannya mengakar di daerah dan meningkatkan kesejahteraan pemilik kebudayaan.

Jangan Memisahkan Produk dari Komunitasnya

Kesalahan yang sering terjadi adalah mengambil unsur budaya dari komunitas, kemudian mengubahnya menjadi produk komersial tanpa melibatkan atau memberikan manfaat kepada masyarakat yang mewarisinya.

Motif tradisional digunakan sebagai desain produk. Musik daerah dijadikan materi iklan. Ritual dikemas menjadi pertunjukan. Pengetahuan tradisional digunakan dalam produk komersial. Namun, komunitas asal tidak mengetahui, tidak diminta persetujuan, dan tidak memperoleh bagian dari pendapatan.

Praktik semacam itu bukan ekonomi budaya yang adil. Ia merupakan ekstraksi budaya.

Kebudayaan tidak lahir dari ruang kosong. Ia tumbuh melalui sejarah panjang, pengalaman kolektif, lingkungan alam, bahasa, kepercayaan, dan hubungan sosial. Karena itu, pemanfaatannya harus menghormati nilai, batas, serta hak komunitas.

Indonesia telah memiliki Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 2022 tentang Kekayaan Intelektual Komunal. Peraturan tersebut mencakup ekspresi budaya tradisional, pengetahuan tradisional, sumber daya genetik, indikasi asal, dan potensi indikasi geografis. Pemerintah pusat serta pemerintah daerah bertanggung jawab melakukan inventarisasi, penjagaan, pemeliharaan, dan pengembangan sistem informasi kekayaan intelektual komunal. [Database Peraturan BPK](#)

Pencatatan penting untuk memperkuat bukti bahwa suatu ekspresi atau pengetahuan berasal dari komunitas tertentu. Namun, pencatatan saja belum cukup. Harus ada mekanisme persetujuan, atribusi, perjanjian penggunaan, pembagian manfaat, dan perlindungan terhadap pemanfaatan yang merendahkan nilai budaya.

Masyarakat tidak boleh kehilangan kendali atas identitasnya sendiri.

Pelaku Budaya Tidak Boleh Selamanya Hidup dari Honorarium

Banyak pelaku budaya bekerja dalam sistem yang rapuh. Pendapatan mereka bergantung pada undangan pemerintah, acara seremonial, festival, atau kegiatan tertentu. Ketika tidak ada acara, tidak ada penghasilan.

Negara sering memberikan penghargaan kepada maestro setelah mereka tua. Padahal, yang dibutuhkan sejak awal adalah sistem yang memungkinkan mereka bekerja, mengajar, berkarya, dan hidup secara layak.

Seniman harus dipandang sebagai pekerja profesional. Mereka membutuhkan kontrak yang jelas, standar honorarium, jaminan sosial, perlindungan keselamatan kerja, hak cipta, royalti, serta kepastian pembayaran.

Perajin juga tidak boleh dibiarkan menanggung seluruh risiko produksi. Harga bahan baku meningkat, proses pembuatan membutuhkan waktu, tetapi pembeli menekan harga karena membandingkannya dengan barang hasil produksi massal.

Produk budaya tidak dapat dinilai hanya berdasarkan biaya bahan. Harga harus menghargai keterampilan, waktu, pengetahuan, keunikan, dan proses regenerasi.

Jika seorang perajin tidak mampu memperoleh kehidupan yang layak, anak-anaknya akan memilih pekerjaan lain. Ketika generasi penerus meninggalkan keterampilan tersebut, bangsa bukan hanya kehilangan produk, tetapi juga kehilangan pengetahuan yang tidak mudah dipulihkan.

Pelestarian terbaik adalah memastikan orang yang menjaga budaya dapat hidup dari pengetahuannya secara bermartabat.

Dari Bantuan Menuju Ekosistem Usaha

Bantuan pemerintah tetap diperlukan, terutama untuk kegiatan budaya yang nilai sosialnya besar tetapi tidak selalu menghasilkan keuntungan komersial. Namun, dukungan tidak boleh menciptakan ketergantungan atau hanya membiayai acara satu kali.

Program pendanaan harus membantu pelaku budaya membangun kemampuan jangka panjang: pengelolaan organisasi, pencatatan keuangan, pengembangan produk, pemasaran, pengemasan, dokumentasi, perlindungan kekayaan intelektual, dan perluasan jaringan.

Pemerintah saat ini menyediakan Dana Indonesia Raya sebagai skema pemanfaatan Dana Abadi Kebudayaan. Portal resminya mencatat sekitar 2.800 penerima manfaat pada 2025 yang terdiri atas perseorangan, komunitas, kelompok, dan lembaga kebudayaan. Program 2026 juga mencakup kewirausahaan budaya, penciptaan karya, dokumentasi, pengelolaan warisan, serta pendayagunaan ruang publik. [Kementerian Kebudayaan](#)

Skema tersebut dapat menjadi katalis yang penting. Akan tetapi, keberhasilannya harus dinilai dari keberlanjutan setelah pendanaan berakhir.

Berapa banyak komunitas yang mampu mempertahankan kegiatannya? Berapa produk yang berhasil memasuki pasar? Berapa pekerjaan yang tercipta? Berapa besar peningkatan pendapatan pelaku? Apakah generasi muda mulai terlibat? Apakah ekspresi budaya menjadi lebih terlindungi?

Bantuan yang baik tidak hanya menghasilkan laporan kegiatan. Bantuan harus meninggalkan kemampuan, jaringan, kelembagaan, dan sumber pendapatan baru.

Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif menegaskan

bahwa pemerintah dan pemerintah daerah bertanggung jawab menciptakan serta mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif. Pengembangannya mencakup pembiayaan, infrastruktur, pemasaran, peningkatan kapasitas, dan perlindungan hukum. [Database Peraturan BPK](#)

Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 kemudian membuka pengaturan pembiayaan berbasis kekayaan intelektual, pemasaran produk, insentif, dan pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif. [Database Peraturan BPK](#)

Kebijakan ini penting karena pelaku budaya sering tidak memiliki tanah atau bangunan untuk dijadikan agunan. Aset utama mereka adalah karya, merek, desain, hak cipta, pertunjukan, katalog, pengetahuan, dan reputasi.

Namun, pembiayaan berbasis kekayaan intelektual tidak boleh hanya berhenti sebagai norma. Diperlukan lembaga penilai, pencatatan hak, data transaksi, metode valuasi, pasar lisensi, serta kemampuan lembaga keuangan memahami karakter industri budaya.

Pembiayaan juga harus dilakukan dengan hati-hati. Tidak semua pelaku membutuhkan kredit. Mendorong komunitas mengambil utang tanpa pasar yang jelas justru dapat menimbulkan masalah baru.

Skemanya harus beragam: hibah untuk pelestarian, pembiayaan murah untuk produksi, investasi bagi usaha yang siap tumbuh, dana pendamping untuk pemasaran, serta penjaminan bagi pelaku yang belum memiliki agunan konvensional.

Bangun Rantai Nilai, Bukan Sekadar Menjual Produk

Masalah ekonomi budaya sering bukan kurangnya kreativitas, melainkan rantai nilai yang lemah.

Perajin dapat membuat produk berkualitas, tetapi tidak memiliki akses desain, kemasan, legalitas, pemasaran, dan logistik. Seniman dapat menciptakan karya, tetapi tidak memiliki ruang pertunjukan, manajer, promotor, dokumentasi, serta jaringan distribusi.

Komunitas dapat menyelenggarakan festival, tetapi tidak mempunyai kemampuan menjual tiket, mencari sponsor, mengelola data pengunjung, dan membangun program sepanjang tahun.

Pemerintah daerah perlu memetakan rantai nilai setiap potensi budaya. Pemetaan harus menjawab siapa pemilik pengetahuan, siapa produsen, dari mana bahan baku berasal, siapa pembeli, siapa yang menguasai distribusi, serta bagian pendapatan yang diterima setiap pelaku.

Setelah itu, intervensi dapat dilakukan pada titik yang benar.

Jika masalahnya desain, hubungkan perajin dengan desainer tanpa menghilangkan identitas produk. Jika masalahnya bahan baku, bangun kebun,

pusat pengolahan, atau koperasi pengadaan. Jika masalahnya pemasaran, kembangkan merek kolektif, katalog, pameran dagang, dan kanal digital.

Jika masalahnya pembiayaan, sediakan skema yang sesuai dengan siklus produksi. Jika masalahnya distribusi, bangun pusat konsolidasi dan kerja sama logistik.

Ekonomi budaya membutuhkan orkestrasi, bukan program yang berjalan sendiri-sendiri.

Koperasi Budaya dan Kepemilikan Komunitas

Kelembagaan ekonomi sangat menentukan pembagian manfaat. Apabila setiap pelaku bekerja sendiri, posisi tawarnya akan lemah. Mereka mudah menerima harga rendah, kontrak tidak adil, dan ketergantungan terhadap tengkulak atau platform.

Koperasi budaya dapat menjadi salah satu jalan.

Koperasi dapat mengelola bahan baku, standardisasi, merek kolektif, pemasaran, pembukuan, lisensi, ruang produksi, dan pembagian pendapatan. Pelaku tetap berkarya sesuai keahliannya, tetapi bernegosiasi sebagai kelompok.

BUM Desa juga dapat terlibat dalam pengelolaan ruang budaya, desa wisata, pusat kerajinan, atau pasar kreatif. Namun, komunitas budaya harus tetap menjadi subjek utama. BUM Desa tidak boleh mengambil alih tradisi dan mengubahnya menjadi komoditas tanpa persetujuan pemiliknya.

Tata kelola harus transparan. Masyarakat perlu mengetahui sumber pendapatan, biaya, bagian untuk seniman, bagian untuk pemeliharaan, serta bagian untuk pengembangan komunitas.

Ekonomi budaya yang sehat tidak hanya menghasilkan uang. Ia membangun kepemilikan bersama dan memperkuat kelembagaan masyarakat.

Pariwisata Harus Menguntungkan Pemilik Budaya

Budaya sering digunakan sebagai daya tarik pariwisata. Hal ini dapat membuka pasar dan menciptakan pekerjaan. Namun, pariwisata juga dapat merusak jika hanya mengejar jumlah pengunjung.

Ritual sakral dapat kehilangan makna ketika dipertunjukkan tanpa batas. Lingkungan dapat rusak akibat kunjungan berlebihan. Harga tanah meningkat dan mendorong warga keluar. Produk lokal digantikan barang pabrikan. Keuntungan mengalir kepada hotel, agen, dan investor, sedangkan masyarakat hanya menjadi penonton di daerahnya sendiri.

Karena itu, pariwisata budaya harus menggunakan prinsip daya dukung, penghormatan, dan pembagian manfaat.

Komunitas harus menentukan bagian budaya yang dapat dipertunjukkan dan

bagian yang tidak boleh dikomersialkan. Pengunjung perlu memperoleh pendidikan tentang etika. Pemandu lokal harus dilatih. Usaha masyarakat harus memperoleh ruang dalam rantai pasok hotel, restoran, transportasi, souvenir, dan pertunjukan.

Ukuran keberhasilannya bukan hanya jumlah wisatawan atau okupansi hotel. Pemerintah harus mengukur berapa besar uang yang tinggal di daerah, berapa keluarga memperoleh pendapatan, berapa pekerjaan lokal tercipta, serta apakah situs dan tradisi tetap terjaga.

Lebih baik menerima wisatawan dalam jumlah terkelola dengan pengeluaran yang adil daripada mengejar kunjungan massal yang merusak budaya dan lingkungan.

Teknologi Digital sebagai Pembuka Pasar

Teknologi dapat memperluas pasar ekonomi budaya. Perajin dapat menjual langsung kepada konsumen. Musisi dapat mendistribusikan karya. Museum dapat menyediakan tur virtual. Komunitas dapat mendokumentasikan bahasa, cerita, dan pengetahuan lokal.

Namun, kehadiran di platform digital tidak otomatis membuat pelaku memperoleh keuntungan yang adil.

Biaya promosi, komisi platform, algoritma, pembajakan, penggunaan tanpa izin, dan persaingan harga dapat mengurangi manfaat. Konten budaya juga dapat digunakan untuk melatih sistem kecerdasan buatan tanpa persetujuan atau pembagian hasil yang jelas.

Karena itu, pelaku perlu menguasai kontrak digital, lisensi, metadata, hak cipta, keamanan akun, analisis pasar, dan pengelolaan komunitas pelanggan.

Pemerintah serta platform harus menyediakan mekanisme penanganan pelanggaran yang mudah. Pelaku kecil tidak mungkin menghadapi proses hukum yang panjang setiap kali karya mereka dicuri.

Digitalisasi harus memperkuat posisi pencipta, bukan sekadar memperbesar keuntungan platform.

Budaya Tidak Boleh Dipaksa Menjadi Barang Dagangan

Sebagian pihak mungkin khawatir bahwa ekonomi budaya akan menjadikan seluruh tradisi sebagai komoditas. Kekhawatiran tersebut beralasan.

Tidak semua objek budaya harus dijual. Ada pengetahuan yang bersifat rahasia, ruang yang sakral, ritus yang hanya boleh dilakukan komunitas, serta ekspresi yang tidak layak dipisahkan dari konteksnya.

Nilai kebudayaan juga tidak dapat dinilai hanya dengan uang. Bahasa daerah, ingatan sejarah, solidaritas, pengetahuan lingkungan, dan identitas masyarakat

memiliki nilai sosial yang jauh melampaui harga pasar.

Karena itu, ekonomi budaya harus tunduk kepada tujuan pemajuan kebudayaan, bukan sebaliknya. Kegiatan ekonomi harus membantu perlindungan, regenerasi, dan pengembangan budaya.

Namun, menolak seluruh kegiatan ekonomi juga bukan jawaban. Jika pelaku budaya terus diminta menjaga warisan tanpa memperoleh penghasilan layak, kebudayaan akan kehilangan penerus.

Pilihan kita bukan antara budaya yang murni tetapi miskin dan budaya yang menghasilkan uang tetapi kehilangan makna. Kita harus membangun jalan ketiga: kebudayaan yang hidup, terlindungi, berkembang, dan memberikan kesejahteraan secara adil.

Pembagian Peran yang Jelas

Kementerian Kebudayaan harus memastikan perlindungan, dokumentasi, regenerasi, dan penghormatan terhadap komunitas. Kementerian Ekonomi Kreatif bertanggung jawab membangun ekosistem usaha, pasar, pembiayaan, dan kekayaan intelektual.

Kementerian Pariwisata harus mengembangkan pariwisata budaya yang bertanggung jawab. Kementerian Hukum perlu memperkuat perlindungan kekayaan intelektual individual maupun komunal. Kementerian Koperasi dan UMKM dapat memperkuat kelembagaan serta pembiayaan pelaku.

Pemerintah daerah memiliki posisi penting karena kebudayaan hidup di tengah masyarakat. Pemerintah daerah harus menyusun strategi berdasarkan potensi dan kebutuhan lokal, bukan hanya meniru festival daerah lain.

Perguruan tinggi dapat membantu riset, desain, dokumentasi, teknologi, dan pendampingan usaha. Dunia usaha dapat membuka pasar dan rantai pasok. Media berperan membangun apresiasi, menceritakan proses, serta memperkenalkan pelaku di balik karya.

Masyarakat dan komunitas budaya tetap harus menjadi pusat pengambilan keputusan. Pemerintah, akademisi, dan perusahaan hadir untuk memperkuat, bukan mengambil alih.

Sepuluh Agenda Ekonomi Budaya

Untuk menjadikan budaya sebagai sumber kesejahteraan, setidaknya terdapat sepuluh agenda yang perlu dijalankan.

Pertama, petakan aset budaya bersama pelaku, bahan baku, keterampilan, pasar, serta rantai nilainya di setiap daerah.

Kedua, inventarisasi dan lindungi kekayaan intelektual komunal sebelum dimanfaatkan secara luas.

Ketiga, tetapkan mekanisme persetujuan, atribusi, royalti, dan pembagian manfaat bagi komunitas pemilik budaya.

Keempat, bangun koperasi budaya, merek kolektif, ruang produksi, dan pusat pemasaran yang dimiliki masyarakat.

Kelima, arahkan bantuan pemerintah dari kegiatan sesaat menuju penguatan kemampuan, kelembagaan, produk, dan pasar.

Keenam, sediakan pembiayaan yang sesuai dengan karakter usaha budaya tanpa memaksa pelaku masuk ke dalam utang yang tidak mampu dibayar.

Ketujuh, hubungkan pelaku dengan desainer, teknologi, logistik, hotel, restoran, lembaga pendidikan, pasar digital, dan pembeli internasional.

Kedelapan, terapkan standar kontrak dan honorarium yang adil bagi seniman, perajin, penulis, musisi, dan pekerja budaya.

Kesembilan, bangun regenerasi melalui pendidikan, sanggar, magang, dokumentasi, serta insentif bagi generasi muda.

Kesepuluh, ukur keberhasilan berdasarkan peningkatan pendapatan, pekerjaan, regenerasi, dan keberlanjutan budaya—bukan hanya jumlah acara serta pengunjung.

Budaya yang Hidup dan Menyejahterakan

Kebudayaan yang hidup bukan hanya budaya yang dipertontonkan dalam acara resmi. Kebudayaan hidup ketika digunakan, diwariskan, dipelajari, dikembangkan, dan memberikan ruang hidup kepada para pelakunya.

Ekonomi budaya tidak boleh mengubah masyarakat menjadi dekorasi bagi industri pariwisata. Ia harus menjadikan masyarakat sebagai pemilik, produsen, pengelola, dan penerima manfaat utama.

Tujuan akhirnya bukan sekadar meningkatkan nilai transaksi, ekspor, atau kunjungan. Tujuan sebenarnya adalah membuat seniman dapat berkarya tanpa takut kelaparan, perajin memperoleh harga yang adil, komunitas mempunyai kendali atas warisannya, dan generasi muda melihat budaya sebagai masa depan yang layak.

Bangsa yang besar bukan hanya bangsa yang memiliki kekayaan budaya. Bangsa yang besar adalah bangsa yang menghormati serta menyejahterakan orang-orang yang menjaga kekayaan tersebut.

Kebudayaan harus dirawat sebagai identitas, dilindungi sebagai hak, dikembangkan sebagai pengetahuan, dan dikelola sebagai sumber kesejahteraan.

Jika ekonomi dibangun tanpa budaya, pembangunan kehilangan jiwa. Jika budaya dirawat tanpa kesejahteraan, pelakunya akan semakin tersisih.

Keduanya harus berjalan bersama agar masyarakat bukan hanya bangga terhadap warisannya, tetapi juga hidup sejahtera darinya.

Jakarta, 17 Juli 2026

Dr. Ir. Hendri, ST., MT

Wartawan Utama

Ketua Umum Jurnalis Nasional [Indonesia](#) (JNI)