

FORMULASI MODEL *CULTURAL ENTREPRENEURSHIP* BERBASIS NILAI-NILAI *DOLABOLOLO* UNTUK MEWUJUDKAN KEWIRAUSAHAAN BERKELANJUTAN DI MALUKU UTARA

Irma Ibrahim¹, Sarmina Ati²

¹ Akademi Kebidanan Cahwala Maluku Utara, Kelurahan Kota Baru, Kota Ternate, 97731, Indonesia

² ISDIK Kie Raha Maluku Utara, Kelurahan Sasa, Kota Ternate, 97719, Indonesia

*Alamat email penulis koresponden: irmaibrahim75@gmail.com

Abstrak

Pengembangan kewirausahaan berkelanjutan memerlukan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga mampu mengintegrasikan nilai-nilai sosial, budaya, dan identitas lokal. Salah satu warisan budaya takbenda yang memiliki potensi tersebut adalah *Dolabololo*, sastra lisan masyarakat Ternate yang mengandung nilai-nilai etika, kepemimpinan, kerja sama, tanggung jawab, dan kreativitas. Namun, hingga saat ini nilai-nilai tersebut belum banyak dikaji sebagai landasan dalam pembentukan model *Cultural Entrepreneurship*. Penelitian ini bertujuan merumuskan Model *Cultural Entrepreneurship* Berbasis Nilai-Nilai *Dolabololo* untuk mewujudkan kewirausahaan berkelanjutan di Maluku Utara. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain *Grounded Theory*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi yang melibatkan tokoh adat, budayawan, pelaku UMKM kreatif, akademisi, pemerintah daerah, serta generasi muda. Analisis data dilakukan melalui tahapan open coding, axial coding, dan selective coding untuk membangun model konseptual berdasarkan data empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Dolabololo* mengandung delapan nilai utama, yaitu kejujuran, tanggung jawab, kerja keras, gotong royong, kepemimpinan, kreativitas, komitmen, dan pelestarian budaya yang membentuk empat dimensi *Cultural Entrepreneurship*, yaitu nilai personal, sosial, inovasi, dan keberlanjutan. Integrasi keempat dimensi tersebut menghasilkan DOLA-CE Model (*Dolabololo-Based Cultural Entrepreneurship Model*) yang menjelaskan proses transformasi nilai budaya menjadi *entrepreneurial mindset*, inovasi produk, branding berbasis budaya, dan praktik kewirausahaan berkelanjutan. Penelitian ini berkontribusi dalam memperluas kajian *Cultural Entrepreneurship* dengan menempatkan nilai budaya lokal sebagai fondasi pembentukan perilaku kewirausahaan sekaligus memberikan model konseptual yang dapat diterapkan dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya di Maluku Utara.

Kata Kunci: *Cultural Entrepreneurship*, *Dolabololo*, ekonomi kreatif, kewirausahaan berkelanjutan, budaya lokal.

Abstract

The development of sustainable entrepreneurship requires an approach that extends beyond economic objectives by integrating social, cultural, and local identity values into entrepreneurial practices. One form of Indonesia's intangible cultural heritage with significant potential in this regard is Dolabololo, the traditional oral literature of the Ternate community, which

embodies ethical values, leadership, cooperation, responsibility, creativity, and cultural preservation. However, these cultural values have received limited scholarly attention as a foundation for developing a Cultural Entrepreneurship model. This study aims to formulate a Dolabololo-Based Cultural Entrepreneurship Model to promote sustainable entrepreneurship in North Maluku, Indonesia. A qualitative research design employing the Grounded Theory approach was adopted. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and document analysis involving traditional leaders, cultural practitioners, creative MSME actors, academics, local government representatives, and young entrepreneurs. Data analysis followed the stages of open coding, axial coding, and selective coding to construct a conceptual model grounded in empirical evidence. The findings reveal eight core entrepreneurial values embedded in Dolabololo, namely honesty, responsibility, hard work, mutual cooperation, leadership, creativity, commitment, and cultural preservation. These values were synthesized into four dimensions of Cultural Entrepreneurship: personal values, social values, innovation, and sustainability. The integration of these dimensions resulted in the DOLA-CE Model (Dolabololo-Based Cultural Entrepreneurship Model), which explains the transformation of cultural values into an entrepreneurial mindset, cultural product innovation, culture-based branding, and sustainable entrepreneurial practices. This study contributes to the advancement of Cultural Entrepreneurship theory by positioning local cultural values as the foundation of entrepreneurial behavior while providing a conceptual model applicable to the development of culture-based creative economies in North Maluku.

Keywords: Cultural Entrepreneurship, Dolabololo, creative economy, sustainable entrepreneurship, local wisdom.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global mendorong terjadinya perubahan paradigma kewirausahaan dari orientasi keuntungan semata menuju kewirausahaan berkelanjutan (*sustainable entrepreneurship*) yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan (Sanitasya et al., 2026; Rustya, 2023). Dalam paradigma ini, keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga dari kontribusinya terhadap pelestarian identitas budaya, pemberdayaan masyarakat, serta keberlanjutan sumber daya lokal (Setyawan et al., 2025). Perubahan tersebut membuka ruang bagi berkembangnya *Cultural Entrepreneurship*, yaitu pendekatan kewirausahaan yang memanfaatkan warisan budaya sebagai sumber inovasi, penciptaan nilai, dan keunggulan kompetitif (Suharto et al., 2026). Pendekatan ini semakin memperoleh perhatian karena mampu menghasilkan produk dan layanan yang memiliki identitas khas sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal.

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam dan berpotensi menjadi modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif (Antara & Yogantari, 2018). Berbagai bentuk warisan budaya takbenda, seperti tradisi lisan, seni pertunjukan, adat istiadat, dan pengetahuan lokal, tidak hanya berfungsi sebagai identitas budaya masyarakat, tetapi juga memiliki nilai ekonomi apabila dikelola secara kreatif dan berkelanjutan (Zulhuda et al., 2025). UNESCO menegaskan bahwa warisan budaya takbenda dapat menjadi penggerak pembangunan berkelanjutan melalui penguatan ekonomi kreatif (Bahshori, 2026), peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan pelestarian identitas budaya. Oleh karena itu, budaya lokal tidak lagi dipandang semata sebagai objek pelestarian, tetapi sebagai modal budaya (*cultural capital*) yang mampu menciptakan inovasi dan daya saing dalam dunia kewirausahaan (Arifin et al., 2026).

Salah satu bentuk warisan budaya takbenda yang masih hidup di masyarakat Maluku Utara adalah *Dolabololo*, yaitu sastra lisan masyarakat Ternate yang diwariskan secara turun-temurun sebagai media penyampaian nasihat, etika, nilai moral, dan pandangan hidup masyarakat (Ati, 2024; Ati & Gay, 2022). *Dolabololo* tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi budaya, tetapi juga merepresentasikan prinsip-prinsip kehidupan yang menjadi pedoman dalam membangun hubungan sosial, kepemimpinan, tanggung jawab, kerja sama, kejujuran, dan penghargaan terhadap sesama (Ati, 2025). Nilai-nilai tersebut pada hakikatnya memiliki keterkaitan yang kuat dengan karakteristik kewirausahaan modern, seperti integritas, kreativitas, kemampuan membangun jejaring, kepemimpinan, inovasi, dan orientasi jangka panjang. Dengan demikian, *Dolabololo* memiliki potensi untuk dikembangkan bukan hanya sebagai warisan budaya, tetapi juga sebagai fondasi pembentukan budaya kewirausahaan yang berkelanjutan.

Namun demikian, berbagai penelitian mengenai *Dolabololo* selama ini masih didominasi oleh kajian linguistik, sastra, pendidikan karakter, dan pembelajaran bahasa. Penelitian Ati (2021; 2024; 2025), misalnya, menunjukkan bahwa *Dolabololo* berperan penting dalam pembentukan karakter, pelestarian budaya, serta pengembangan model pembelajaran menulis puisi. Di sisi lain, penelitian mengenai ekonomi kreatif berbasis budaya lebih banyak menempatkan budaya sebagai objek komodifikasi atau sumber inspirasi produk kreatif tanpa mengkaji secara mendalam

bagaimana nilai-nilai budaya tersebut dapat membentuk paradigma dan praktik kewirausahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan antara nilai budaya lokal dengan pembentukan model *Cultural Entrepreneurship* masih relatif jarang dikaji, khususnya pada konteks *Dolabololo* di Maluku Utara.

Kesenjangan penelitian menunjukkan bahwa hingga saat ini belum terdapat model konseptual yang menjelaskan bagaimana nilai yang terkandung dalam *Dolabololo* dapat ditransformasikan menjadi landasan pengembangan *Cultural Entrepreneurship* yang mendukung kewirausahaan berkelanjutan. Padahal, transformasi nilai budaya ke dalam praktik kewirausahaan memiliki potensi untuk menghasilkan model bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta menjaga keberlanjutan warisan budaya lokal. Oleh karena itu, diperlukan formulasi model yang mampu menghubungkan nilai-nilai *Dolabololo* dengan proses penciptaan inovasi, pengembangan usaha, dan pembangunan ekonomi kreatif berbasis budaya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan merumuskan Model *Cultural Entrepreneurship* Berbasis Nilai-Nilai *Dolabololo* untuk Mewujudkan Kewirausahaan Berkelanjutan di Maluku Utara. Model yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi kontribusi konseptual dalam pengembangan teori *Cultural Entrepreneurship* sekaligus memberikan acuan praktis bagi pemerintah daerah, pelaku UMKM, komunitas budaya, dan lembaga pendidikan dalam mengembangkan kewirausahaan yang berakar pada kearifan lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain Grounded Theory. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan merumuskan model *Cultural Entrepreneurship* berbasis nilai-nilai *Dolabololo* melalui proses eksplorasi mendalam terhadap pengalaman, pemahaman, dan praktik para pelaku budaya serta pelaku usaha kreatif di Maluku Utara. Grounded Theory memungkinkan peneliti membangun model konseptual yang berasal dari data empiris sehingga mampu menggambarkan hubungan antar konsep secara sistematis.

Penelitian dilaksanakan di Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara, yang merupakan pusat berkembangnya tradisi lisan *Dolabololo* sekaligus wilayah dengan pertumbuhan ekonomi kreatif yang terus meningkat. Lokasi ini dipilih secara

purposive karena masih terdapat komunitas budaya yang aktif melestarikan *Dolabololo* dan berkembangnya berbagai usaha kreatif yang memanfaatkan unsur budaya lokal sebagai identitas produk.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan informan dalam pelestarian budaya maupun aktivitas kewirausahaan berbasis budaya. Informan penelitian meliputi tokoh adat, budayawan, penutur *Dolabololo*, pelaku UMKM kreatif, akademisi, pemerintah daerah yang membidangi kebudayaan dan ekonomi kreatif, serta generasi muda yang aktif dalam kegiatan kewirausahaan berbasis budaya. Pemilihan informan dilakukan secara bertahap hingga mencapai data saturation, yaitu kondisi ketika data yang diperoleh tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pemahaman informan mengenai nilai-nilai *Dolabololo* yang relevan dengan kewirausahaan, praktik penerapan nilai tersebut dalam aktivitas ekonomi, serta peluang pengembangannya menjadi model *Cultural Entrepreneurship*. Observasi dilakukan pada aktivitas komunitas budaya, UMKM berbasis budaya, pameran ekonomi kreatif, dan kegiatan pelestarian *Dolabololo* untuk memperoleh gambaran mengenai implementasi nilai budaya dalam praktik kewirausahaan. Studi dokumentasi dilakukan terhadap naskah *Dolabololo*, arsip budaya, dokumen kebijakan ekonomi kreatif, hasil penelitian terdahulu, serta berbagai publikasi yang berkaitan dengan kewirausahaan berbasis budaya.

Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan format analisis dokumen. Penyusunan instrumen mengacu pada konsep *Cultural Entrepreneurship* (Swedberg, 2006; Essig, 2015), *Sustainable Entrepreneurship* (Shepherd & Patzelt, 2011), serta kajian mengenai nilai budaya *Dolabololo* sebagai warisan budaya takbenda masyarakat Ternate. Validasi instrumen dilakukan melalui expert judgment yang melibatkan pakar budaya lokal, kewirausahaan, dan metodologi penelitian kualitatif.

Analisis data dilakukan mengikuti prosedur Grounded Theory yang dikembangkan oleh Strauss dan Corbin (1998), meliputi open coding, axial coding, dan selective coding. Pada tahap open coding, peneliti mengidentifikasi berbagai konsep

yang muncul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap axial coding dilakukan dengan menghubungkan kategori-kategori yang memiliki keterkaitan sehingga membentuk dimensi-dimensi utama *Cultural Entrepreneurship*. Selanjutnya, pada tahap selective coding, seluruh kategori diintegrasikan menjadi suatu model konseptual yang menjelaskan proses transformasi nilai-nilai *Dolabololo* menjadi praktik kewirausahaan berkelanjutan.

Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, member checking, serta *peer debriefing*. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari tokoh adat, pelaku usaha, akademisi, dan pemerintah daerah. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. *Member checking* dilakukan dengan meminta informan mengonfirmasi hasil interpretasi peneliti, sedangkan *peer debriefing* dilakukan melalui diskusi dengan sesama peneliti untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian. Hasil analisis kemudian digunakan untuk merumuskan Model *Cultural Entrepreneurship* Berbasis Nilai-Nilai *Dolabololo*, yang menggambarkan keterkaitan antara nilai budaya, pembentukan pola pikir kewirausahaan, inovasi produk berbasis budaya, strategi branding, serta pencapaian kewirausahaan berkelanjutan di Maluku Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Identifikasi Nilai-Nilai Kewirausahaan dalam *Dolabololo*

Hasil analisis terhadap wawancara dengan tokoh adat, budayawan, pelaku UMKM, dan akademisi menunjukkan bahwa *Dolabololo* tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian nasihat dan etika sosial, tetapi juga mengandung berbagai nilai yang relevan dengan praktik kewirausahaan modern. Dari proses open coding diperoleh sejumlah konsep yang berulang dalam berbagai ungkapan *Dolabololo*, antara lain kejujuran, tanggung jawab, kerja keras, gotong royong, kepemimpinan, kreativitas, komitmen, serta orientasi keberlanjutan.

Para informan menyatakan bahwa nilai-nilai tersebut selama ini diwariskan sebagai pedoman kehidupan masyarakat Ternate dalam membangun hubungan sosial maupun menjalankan aktivitas ekonomi. Meskipun tidak secara eksplisit disebut sebagai nilai kewirausahaan, substansi yang terkandung dalam *Dolabololo* memperlihatkan kesesuaian dengan karakter seorang wirausahawan yang adaptif,

inovatif, dan berintegritas. Hasil identifikasi nilai-nilai tersebut disajikan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Nilai-Nilai *Dolabololo* yang Mendukung *Cultural Entrepreneurship*

No	Nilai <i>Dolabololo</i>	Makna Budaya
1	Kejujuran	Menjaga amanah dan kepercayaan
2	Tanggung jawab	Menyelesaikan kewajiban secara konsisten
3	Kerja keras	Pantang menyerah dalam menghadapi tantangan
4	Gotong royong	Kerja sama dan saling membantu

Transformasi Nilai *Dolabololo* ke dalam Praktik *Cultural Entrepreneurship*

Hasil *axial coding* menunjukkan bahwa nilai-nilai yang ditemukan tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan dalam membentuk perilaku kewirausahaan. Berdasarkan hubungan antarkategori, nilai-nilai tersebut dapat dikelompokkan ke dalam empat dimensi utama, yaitu nilai personal, nilai sosial, nilai inovasi, dan nilai keberlanjutan.

Dimensi nilai personal terdiri atas kejujuran, tanggung jawab, dan kerja keras yang berperan dalam membentuk integritas pelaku usaha. Dimensi nilai sosial mencakup gotong royong dan kepemimpinan yang memperkuat jejaring bisnis serta kolaborasi antarpelaku usaha. Dimensi nilai inovasi diwujudkan melalui kreativitas dalam mengembangkan produk dan layanan berbasis budaya lokal. Sementara itu, nilai keberlanjutan menempatkan pelestarian budaya sebagai bagian dari strategi bisnis sehingga kegiatan ekonomi tidak hanya menghasilkan keuntungan, tetapi juga menjaga keberlangsungan identitas budaya masyarakat.

Hubungan antar dimensi tersebut menunjukkan bahwa *Dolabololo* tidak sekadar menjadi sumber inspirasi produk budaya, tetapi berfungsi sebagai kerangka nilai yang membentuk pola pikir (*entrepreneurial mindset*) dan praktik *Cultural Entrepreneurship*. Untuk memperjelas hasil analisis, pengelompokan nilai disajikan pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Dimensi *Cultural Entrepreneurship* Berbasis *Dolabololo*

Dimensi	Nilai Pembentuk	Kontribusi terhadap Kewirausahaan
Personal	Kejujuran, tanggung jawab, kerja keras	Integritas dan profesionalisme
Sosial	Gotong royong,	Kolaborasi dan penguatan jejaring

	kepemimpinan	
Inovasi	Kreativitas	Pengembangan produk berbasis budaya
Keberlanjutan	Pelestarian budaya	Keunggulan kompetitif jangka panjang

Formulasi Model *Cultural Entrepreneurship* Berbasis Nilai-Nilai *Dolabololo*

Tahap *selective coding* menghasilkan sebuah model konseptual yang menggambarkan proses transformasi nilai-nilai *Dolabololo* menjadi praktik *Cultural Entrepreneurship*. Model ini menunjukkan bahwa keberhasilan kewirausahaan berbasis budaya diawali oleh internalisasi nilai-nilai *Dolabololo* sebagai fondasi pembentukan karakter kewirausahaan.

Nilai-nilai tersebut kemudian berkembang menjadi entrepreneurial mindset yang mendorong kreativitas, inovasi produk, serta penguatan identitas budaya melalui strategi branding. Selanjutnya, inovasi dan identitas budaya membentuk praktik *Cultural Entrepreneurship* yang mampu menghasilkan nilai ekonomi sekaligus menjaga keberlanjutan budaya lokal.

PEMBAHASAN

Nilai-Nilai *Dolabololo* sebagai Fondasi *Cultural Entrepreneurship*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Dolabololo* tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan moral dan pelestarian budaya, tetapi juga mengandung seperangkat nilai yang relevan dengan pengembangan kewirausahaan. Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, kerja keras, gotong royong, kepemimpinan, kreativitas, dan pelestarian budaya membentuk landasan etis yang mendukung terbentuknya perilaku kewirausahaan. Temuan ini memperlihatkan bahwa budaya lokal tidak hanya berperan sebagai identitas sosial, tetapi juga sebagai sumber daya strategis dalam membangun aktivitas ekonomi yang berkelanjutan.

Temuan tersebut sejalan dengan konsep *Cultural Entrepreneurship* yang dikemukakan oleh Swedberg (2006), yang memandang budaya sebagai sumber penciptaan nilai (*value creation*) dalam kegiatan ekonomi. Dalam perspektif ini, budaya bukan sekadar warisan yang dipertahankan, melainkan modal sosial dan simbolik yang mampu menghasilkan inovasi, diferensiasi produk, serta keunggulan kompetitif. Essig (2015) juga menegaskan bahwa kewirausahaan berbasis budaya

dibangun melalui kemampuan pelaku usaha mengintegrasikan identitas budaya ke dalam proses penciptaan produk, layanan, maupun pengalaman yang memiliki nilai ekonomi. Dengan demikian, nilai-nilai *Dolabololo* tidak hanya memiliki fungsi normatif dalam kehidupan masyarakat Ternate, tetapi juga dapat menjadi fondasi pembentukan identitas usaha yang khas dan memiliki daya saing.

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak menempatkan budaya sebagai objek komersialisasi melalui produk kreatif, penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan utama *Dolabololo* justru terletak pada nilai-nilai yang membentuk pola pikir (*entrepreneurial mindset*) pelaku usaha. Dengan kata lain, budaya tidak hanya menghasilkan produk, tetapi juga membentuk karakter kewirausahaan yang menjadi dasar keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

Transformasi Nilai Budaya menuju Kewirausahaan Berkelanjutan

Analisis menunjukkan bahwa nilai-nilai *Dolabololo* mengalami proses transformasi sebelum menjadi praktik kewirausahaan. Nilai budaya yang diwariskan secara turun-temurun diinternalisasikan menjadi sikap dan perilaku kewirausahaan, kemudian diwujudkan dalam inovasi produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan usaha yang tetap mempertahankan identitas budaya lokal. Proses tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan berbasis budaya merupakan proses sosial yang melibatkan internalisasi nilai, bukan sekadar pemanfaatan simbol budaya sebagai atribut produk.

Temuan ini mendukung teori *Sustainable Entrepreneurship* yang dikemukakan oleh Shepherd dan Patzelt (2011). Mereka menjelaskan bahwa kewirausahaan berkelanjutan merupakan kemampuan menciptakan peluang usaha yang mampu menghasilkan manfaat ekonomi sekaligus memberikan nilai sosial dan menjaga keberlanjutan sumber daya. Dalam konteks penelitian ini, sumber daya yang dimaksud bukan hanya sumber daya alam, tetapi juga warisan budaya takbenda. Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa integrasi nilai budaya dalam aktivitas bisnis menghasilkan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru. Produk yang dibangun berdasarkan identitas budaya memiliki nilai autentik yang membedakannya dari produk sejenis di pasar. Kondisi ini memperkuat pandangan bahwa budaya lokal merupakan aset strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas.

Formulasi DOLA-CE Model sebagai Pengembangan Konseptual *Cultural Entrepreneurship*.

Kontribusi utama penelitian ini adalah perumusan *Dolabololo-Based Cultural Entrepreneurship Model* (DOLA-CE Model) sebagai kerangka konseptual yang menjelaskan hubungan antara nilai budaya dan kewirausahaan berkelanjutan. Model ini menunjukkan bahwa proses kewirausahaan berbasis budaya dimulai dari internalisasi nilai-nilai *Dolabololo*, yang kemudian membentuk entrepreneurial mindset. Pola pikir tersebut mendorong munculnya kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk berbasis budaya, memperkuat strategi branding, hingga menghasilkan praktik *Cultural Entrepreneurship* yang berorientasi pada keberlanjutan.

Model yang dihasilkan memperluas konsep *Cultural Entrepreneurship* dengan menempatkan nilai budaya sebagai fondasi pembentukan perilaku kewirausahaan, bukan sekadar sumber inspirasi produk kreatif. Selama ini, sebagian besar penelitian menitikberatkan budaya pada proses penciptaan produk atau industri kreatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya lokal juga berperan sebagai mekanisme pembentukan etika bisnis, kepemimpinan, kolaborasi, dan orientasi keberlanjutan yang menjadi inti dari praktik kewirausahaan.

Proses pembentukan model tersebut juga sejalan dengan pendekatan Grounded Theory yang dikembangkan oleh Strauss dan Corbin (1998). Melalui tahapan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*, berbagai kategori yang muncul dari data lapangan diintegrasikan menjadi model konseptual yang menggambarkan keterkaitan antarkomponen secara sistematis. Dengan demikian, DOLA-CE Model merupakan hasil konstruksi teori yang berangkat dari realitas empiris masyarakat Ternate, bukan sekadar adaptasi dari model yang telah ada.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian *Cultural Entrepreneurship* dengan menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya lokal dapat menjadi fondasi pembentukan kewirausahaan berkelanjutan. Integrasi antara nilai budaya dan kewirausahaan memperluas pemahaman bahwa keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan inovasi dan

penguasaan pasar, tetapi juga oleh internalisasi nilai-nilai budaya yang membentuk etika, identitas, dan orientasi jangka panjang pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur mengenai hubungan antara warisan budaya takbenda dan pembangunan ekonomi kreatif.

Dari sisi praktis, DOLA-CE Model dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dalam merancang kebijakan pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya, bagi pelaku UMKM dalam membangun identitas dan diferensiasi produk, serta bagi lembaga pendidikan dalam mengintegrasikan nilai-nilai *Dolabololo* ke dalam pendidikan kewirausahaan. Implementasi model ini juga berpotensi memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di Maluku Utara melalui sinergi antara pelestarian budaya, inovasi produk, dan pemberdayaan masyarakat lokal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Dolabololo* tidak hanya merupakan warisan budaya takbenda masyarakat Ternate, tetapi juga mengandung nilai-nilai yang relevan dalam pengembangan kewirausahaan berkelanjutan. Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, kerja keras, gotong royong, kepemimpinan, kreativitas, komitmen, dan pelestarian budaya terbukti menjadi fondasi pembentukan karakter kewirausahaan yang mampu mendukung pengembangan usaha berbasis budaya. Hasil analisis mengungkapkan bahwa nilai-nilai tersebut dapat dikelompokkan ke dalam empat dimensi utama, yaitu nilai personal, nilai sosial, inovasi, dan keberlanjutan, yang saling berinteraksi dalam membentuk praktik *Cultural Entrepreneurship*.

Kontribusi utama penelitian ini adalah perumusan DOLA-CE Model (*Dolabololo-Based Cultural Entrepreneurship Model*) yang menjelaskan proses transformasi nilai-nilai *Dolabololo* menjadi entrepreneurial mindset, inovasi produk berbasis budaya, branding berbasis identitas lokal, hingga terwujudnya kewirausahaan berkelanjutan. Model ini memperluas kajian *Cultural Entrepreneurship* dengan menempatkan nilai budaya lokal sebagai fondasi pembentukan perilaku kewirausahaan, bukan sekadar sebagai sumber inspirasi produk ekonomi kreatif.

Secara praktis, model yang dihasilkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dalam menyusun kebijakan pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya,

bagi pelaku UMKM dalam membangun identitas dan daya saing produk, serta bagi lembaga pendidikan dalam mengintegrasikan nilai-nilai *Dolabololo* ke dalam pendidikan kewirausahaan. Dengan demikian, pengembangan kewirausahaan berbasis budaya tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menjadi strategi pelestarian warisan budaya yang adaptif dan berkelanjutan di Maluku Utara.

Penelitian ini masih terbatas pada perumusan model konseptual berdasarkan pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji validitas dan efektivitas DOLA-CE Model melalui pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* pada berbagai sektor usaha kreatif dan wilayah budaya lainnya, sehingga model yang dikembangkan memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- Antara, M., & Yogantari, M. V. (2018, November). Keragaman budaya Indonesia sumber inspirasi inovasi industri kreatif. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 1, pp. 292-301).
- Ati, S. (2025). The Existence of *Dolabololo* Oral Literature in the Life of Ternate Society. *Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam dan Multikulturalisme*, 7(2), 752–765.
- Ati, S. (2024). *Model Pembelajaran Menulis Puisi Berbasis Sastra Lisan Dolabololo*. CV. Azka Pustaka.
- Ati, S. (2021). Pemanfaatan Sastra Lisan *Dolabololo* dalam Pembelajaran Menulis Puisi di SMA. *KOHERENSI: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(1), 52-64
- Ati, S., & Gay, M. (2022). Pendidikan Karakter melalui Metafora dan Nilai Budaya Sastra Lisan *Dolabololo*. *Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam dan Multikulturalisme*, 4(3), 445-455.
- Essig, L. (2015). Means and ends: A theory framework for understanding entrepreneurship in the US arts and culture sector. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 45(4), 227–246.
- Rustya, D. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam. *Journal Islamic Banking*, 3(2), 61-75.
- Sanistasya, P. A., Kusumastuti, S. Y., Rante, M. W., Agustini, D. W., & Rayhan, Y. (2026). *Kewirausahaan Berkelanjutan*. Star Digital Publishing.
- Setyawan, A. A., Desembrianita, E., Santoso, M. H., & Kalalo, R. R. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kemandirian ekonomi lokal: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494-

1503.

- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking "what is to be sustained" with "what is to be developed". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 137–163.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (2nd ed.). Sage Publications.
- Suharto, S., Haro, A., Judijanto, L., Susilawati, M., & Suprihono, A. E. (2026). *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Kewirausahaan, dan Pengembangan Industri Kreatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Swedberg, R. (2006). The cultural entrepreneur and the creative industries: Beginning in Vienna. *Journal of Cultural Economics*, 30(4), 243–261.