

Ekonomi Kreatif: Pemetaan Kendala dan Analisis Strategi Kebijakan Pemerintah Studi Kasus pada Kota Bengkalis

Tri Handayani ¹, Rini Arvika Sari ²

^{1,2} Dosen Politeknik Negeri Bengkalis, Riau, Indonesia

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan fenomena ekonomi kreatif Kota Bengkalis, memaparkan kendala yang ada dari aspek Administrasi, Teknis, Operasional dan Manajemen para pelaku Industri Kreatif, menganalisa intervensi melalui kebijakan yang telah dilakukan oleh pemerintah, kemudian memaparkan strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh pemerintah Bengkalis. Penelitian ini menggunakan metode eksploratory, dimana proses pemetaan kendala dalam aplikasi industri ekonomi kreatif menggunakan teknik purposive sampling yang melibatkan pelaku Industri kreatif. kemudian melakukan teknik analisa deskriptif terkait kebijakan pemerintah dan strategi dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bengkalis. Hasil Mapping kendala menunjukkan kendala yang paling dirasakan oleh pelaku industri kreatif yaitu adanya regulasi bahan baku, khususnya subsektor industri yang mengandalkan sumber daya alam (aspek administrasi), tingginya risiko (High risk) akibat kegagalan produk (barang/ jasa) yang ditawarkan ke pasar (aspek teknis), adanya kelangkaan dan mahalnya bahan baku untuk menghasilkan produk usaha mereka (aspek operasional), dan adanya keterbatasan usaha ekonomi kreatif dalam mendapatkan karyawan yang terampil yang mau menekuni pekerjaan kreatif usaha tersebut (aspek manajemen). Sejumlah terobosan yang telah dilakukan pemerintah adalah dengan menetapkan kebijakan skala provinsi atau daerah, dimana memberikan perlindungan usaha, penciptaan iklim usaha, dan pengembangan ekonomi kreatif. Serta menciptakan Badan Riau Creative Network guna lebih mengoptimalkan pengembangan ekonomi kreatif dan aspek promosinya. Strategi pengembangan yang perlu dilakukan yang mana memiliki tujuan agar kebijakan dan strategi yang ada lebih adaptif sesuai kebutuhan kota Bengkalis dan menjawab tantangan serta kendala yang ada.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Government Strategy, Usaha Kecil Menengah (UKM).

Abstract. This study aims to explain the creative economy phenomenon in Bengkalis City, explain the existing obstacles from the aspects of Administration, Technical, Operations and Management of Creative Industry entrepreneurs, analyze interventions through policies that have been carried out by the government, then describe development strategies that can be carried out by the Bengkalis government. The Research method was exploratory, where the process of mapping the obstacles in the creative economy industrial applications using purposive sampling technique that involves creative Industry players. then doing descriptive analysis techniques related to government policies and strategies in developing the creative economy in Bengkalis City. The results of the Mapping constraints are from the aspect of ATOM (Administration, Technical, Operasional, and Management) shows the constraints most felt by Creative Industry players, namely regulation of raw materials, especially the industrial subsector that relies on natural resources (administrative aspect), high risk due to product failure (goods/ services) offered to the market (technical aspects), the scarcity and high cost of raw materials to produce their business product (operasional aspects), and the existence of limited creative economy business in getting skilled employees who want to pursue the creative work of the business (management aspects). A number of breakthroughs that have been taken by the government are by implementing provincial or regional scale policies, which provide business protection, create business climate, and develop the creative economy. As well as creating the Riau Creative Network Agency to further optimize the development of the creative economy and aspects of its promotion. The development strategy needs to be done which has the aim so that the existing policies and strategies are more adaptive according to the needs of the city of Bengkalis and respond to existing challenges and constraints.

Keywords: Creatice Economy, Governments strategy, Development Strategy, Small Medium Entreprises (SMEs).

*Corresponding author. Email: tarmizi@stmikiba.ac.id¹

DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.v4i1.126>

Received: 23 March 2020, Revision: 27 April 2020, Accepted: 07 June 2020

Print ISSN: 2579-7972; Online ISSN: 2549-6204.

Copyright © 2020. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset).

Pendahuluan

Faktor sumber daya alam yang melimpah tidak bisa selalu diandalkan untuk mensejahterakan daerah dan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, karena sejatinya sumber daya alam, seperti: minyak bumi, gas alam, dan sebagainya seiring waktu akan menurun kapasitasnya. Ditambah lagi industri agribisnis dan manufaktur yang ada semakin berkembang dan kompetitif, sehingga perlu didukung polesan inovasi dan kreatifitas manusia menjadi suatu gagasan dan ide kreatif sehingga menjadi suatu industri kreatif. Oleh karena itu mengapa saat ini Ekonomi kreatif menjadi salah satu kontribusi dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Ekonomi kreatif juga memberikan pengaruh positif terhadap ekspor nasional. Sejak tahun 2010 sampai dengan 2015 telah terjadi peningkatan ekspor yang berasal dari ekonomi kreatif dengan rata-rata sebesar 9,1 persen per tahun. Hal yang sama juga ditemukan pengaruh positif dari ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja. Ini ditunjukkan terutama dari semakin bertambahnya jumlah tenaga kerja yang bekerja di ekonomi kreatif setiap tahunnya. (Firdausy dkk, 2017).

Bengkalis merupakan salah satu daerah yang sangat diuntungkan dari segi geografisnya. Posisi daerah yang berdekatan dengan negara tetangga; Malaysia dan Singapura seharusnya menjadikan kota ini lebih mudah berkembang salah satunya dari aspek ekonomi. Namun pada realitanya hal ini masih belum tercapai, Bengkulu masih jauh berbeda dengan pulau lain yang geografisnya hampir sama; seperti Pulau Batam. Bengkulu masih mengandalkan pertambangan minyak dan gas bumi sebagai sektor yang memiliki kontribusi terbesar yaitu sebesar 76,37%, kemudian diikuti sektor perdagangan sebesar 3,73%, selanjutnya diikuti sektor lainnya yang secara general bergerak dibidang pengolahan sumber daya alam, dan pemerintahan. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa belum adanya sektor industri kreatif berkontribusi dalam peningkatan nilai tambah dalam perekonomian daerah. (Badan Pusat Statistik, 2017). Melihat hal ini disinyalir adanya kendala yang dialami oleh pelaku ekonomi kreatif, serta menjadi suatu *big question mark* mengapa Bengkulu tidak bisa sejajar dengan

pulau lain yang secara geografis memiliki kesamaan. Berdasarkan fenomena inilah tertarik menelaah lebih lanjut tentang bagaimana pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Kota Bengkulu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperlihatkan kebijakan pemerintah yang telah dilakukan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Bengkulu, prinsip pengembangan ekonomi kreatif serta Strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan peran ekonomi kreatif di Kota Bengkulu.

Literature Review

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Dedeh Maryani dan Desi Lambelanova (2019) dengan judul *Government role in influencing creative economy for community purchasing power*. Penelitian ini ingin mengetahui apakah pemerintah provinsi Jawa Barat sudah mengimplementasikan pengembangan ekonomi kreatif dengan melihat bentuk kebijakan dan dukungan anggaran di Indonesia APBD dan masalahnya. Hasil penelitian menunjukkan, Pemerintah Provinsi Jawa Barat telah membuat daerah peraturan dan cetak biru ekonomi kreatif. Dan penulis memberikan saran untuk lebih berkomitmen untuk memfasilitasi pemasaran hasil, memfasilitasi akses pelaku bisnis ke perbankan, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan peningkatan kerja sama antara provinsi dan kabupaten / kota untuk keberlanjutan bahan baku yang diperlukan.

Penelitian dengan judul *Creative industry: Two cases of performing art markets in Indonesia and South Korea* oleh Juju Masunah (2017). Penelitian ini bertujuan untuk melihat konsep dan praktik pasar seni yang merupakan satu dari 15 subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia, dengan membandingkan penerapan yang terjadi di Indonesia dan Korea Selatan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kesamaan dua pasar seni pertunjukan memiliki dua target kesamaan, Indonesia menunjukkan festival di negara dan pertunjukan tur ke luar negeri. Sedangkan perbedaan utama terletak pada antara ruang lingkup acara dan lembaga yang menyelenggarakan acara. Indonesia memamerkan karya-karya seni pertunjukan Indonesia, sedangkan Korea Selatan

memamerkan karya-karya seni pertunjukan Korea dan seni dari negara lain.

Penelitian oleh Nicola Boccella, dan Irene Salerno (2016) yang berjudul *Creative Economy, Cultural Industries and Local Development*. Penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang industri kreatif dan budaya dan ekonomi kreatif, sebagai faktor pendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah. Untuk tujuan ini, makalah ini menganalisis beberapa data terkini pentingnya ekonomi kreatif, yang merefleksikan konsep industri kreatif dan budaya. Dalam teks, perhatian diberikan pada hubungan antara ekonomi kreatif dan pembangunan lokal di satu sisi, dan konsep modal teritorial dan modal sosial di sisi lain. Penelitian oleh Laklak Nazhatul Hazanah (2015) dengan judul Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di daerah istimewa Yogyakarta. Analisis SWOT yang dilakukan menghasilkan merekomendasikan bahwa kegiatan pengembangan wirausaha muda dalam ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan berbasis budaya melalui program pelatihan, pengembangan serta pemodal. Dan selanjutnya penelitian oleh Mahmud Syarif, dkk (2015) Analisis perkembangan dan peran industri kreatif untuk menghadapi tantangan MEA 2015. Penelitian ini menyimpulkan industri kreatif di Indonesia mempunyai peran yang cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja. Rekomendasi kebijakannya adalah perlu adanya dokumen profil industri kreatif di Indonesia serta strategi pengembangan dan positioning industri kreatif Indonesia di pasar global.

Industri Kreatif

Istilah ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins (2001) di Inggris, penulis buku *Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. Ide Howkins diinspirasi oleh pemikiran Robert Lucas yang melihat bahwa pertumbuhan ekonomi suatu wilayah sangat ditentukan oleh tingkat produktivitas dan keberadaan orang-orang kreatif yang memiliki talenta khusus dengan kemampuan mengaplikasikan ilmu pengetahuan untuk menciptakan suatu inovasi. Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif

merupakan aktivitas perekonomian yang lebih mengandalkan ide atau gagasan (kreatif) untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan di sekitarnya menjadi bernilai tambah ekonomi. Selanjutnya, konsep ekonomi kreatif tersebut dikembangkan oleh Florida melalui kedua karyanya, yakni *The Rise of Creative Class* dan *Cities and the Creative Class* (Saksono, 2012). Ekonomi Kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreatifitas. Pemanfaatan Sumber Daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreatifitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi. (Purnomo, 2016).

Kementrian perdagangan Indonesia menyatakan bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Syarif dkk, 2015). Di Indonesia, pengembangan ekonomi kreatif diperkuat dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Dengan dikeluarkannya Inpres tersebut membuktikan bahwa Pemerintah Indonesia menjadikan ekonomi kreatif sebagai program nasional dan menjadi sektor yang mendapatkan perhatian dalam pembangunan nasional serta kelembagaan. Pengembangan ekonomi kreatif bersifat lintas kementerian dan mendapatkan dukungan penuh dari Presiden. (Nandini, 2016) Menurut Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009, ekonomi kreatif (ekraf) adalah kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, ketrampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Ekonomi kreatif merupakan sebuah

konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi, sehingga pertumbuhan ekonomi suatu negara diharapkan tidak lagi hanya mengandalkan sumber daya alam sebagai aset utama. (Bekraf, 2017).

Untuk menguatkan kelembagaan yang bergerak dibidang ekonomi kreatif maka Pemerintah Indonesia secara resmi mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011 yang berisi pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang diperkuat dengan dua Direktur Jenderal yang secara langsung bertanggungjawab terhadap ekonomi kreatif di Indonesia. Dua direktur jenderal tersebut adalah Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif berbasis Seni dan Budaya dan Direktorat Jenderal Ekonomi Kreatif berbasis Media, Desain dan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Dengan terbentuknya kementerian yang bergerak dibidang ekonomi kreatif menandakan bahwa secara khusus ekonomi kreatif diatur oleh kementerian tersendiri. (Nandini, 2016).

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015, kegiatan ekonomi kreatif mencakup 16 subsektor. Subsektor-subsektor tersebut adalah:

1. Arsitektur merupakan wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang.
2. Desain Interior merupakan kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior; menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup; dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik.
3. Desain Komunikasi Visual merupakan seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target *audience* sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedangkan bahasa rupa yang dipakai

berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya.

4. Desain Produk merupakan salah satu unsur memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik, mendapatkan jaminan dan sebagainya. Industrial Design Society of America (IDSA) mendefinisikan desain produk sebagai layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik.
5. Film, Animasi, dan Video. Film merupakan karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi. Animasi merupakan tampilan *frame* ke *frame* dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa. Video merupakan sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing, dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.
6. Fotografi merupakan sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.
7. Kriya merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga tematik produknya.
8. Kuliner merupakan kegiatan persiapan,

pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

9. Musik merupakan segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.
10. Fashion merupakan suatu gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.
11. Aplikasi dan *Game Developer* merupakan suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*).
12. Penerbitan merupakan suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media elektronik, ataupun media daring untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.
13. Periklanan merupakan bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak Sasarannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.
14. Televisi dan Radio. Televisi merupakan kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan. Radio merupakan kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.
15. Seni Pertunjukan merupakan cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja

teknis dan penampil (*performers*), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (*audiences*); baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tari; yang terjadi secara langsung (*live*) di dalam ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (*hic et nunc*).

16. Seni Rupa merupakan penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya (Bekraf, 2017).

Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan sejumlah terobosan berupa kebijakan maupun intervensi yang menjadi langkah strategis pemerintah dalam meningkatkan peran industri kreatif pada suatu daerah, dalam hal ini merupakan peran yang harus disambut oleh pemerintah. Jacob Rosenzweig *et al* (2018) menjelaskan sebuah pemaparan seputar strategi yang dapat dilakukan pemerintah dalam mengembangkan industri kreatif, dapat dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar 1. Government Interventions Across The Value Chain

Sumber: The Bouston Consultant Group (BCG) 2018

Pemaparan ini menjelaskan bahwa pemerintah perlu menangkap peluang di tengah keanekaragaman, karena industri kreatif mencakup berbagai sektor yang cukup beragam dan oleh sebab itu memiliki kendala dan aspek penanganan yang berbeda. Namun pemaparan ini diharapkan dapat diterapkan di beberapa sektor industri yang ada. Dalam model ini menjelaskan perlu adanya intervensi pemerintah dalam segala sisi (*demand dan supply*) dan dalam segala aspek sehingga menciptakan suatu pergerakan yang selalu mendukung dan memastikan keberadaan industri kreatif.

Dari seluruh aspek yang perlu diupayakan, intervensi kebijakan yang paling penting yaitu bagaimana pemerintah bertujuan untuk mengembangkan bakat kreatif dan mendorong pengembangan kekayaan intelektual (*Intellectual Property*), perlu ditargetkan dengan cermat untuk membantu masing-masing seniman dan perusahaan kreatif dari semua skala usaha untuk berhasil dan diakui akan karya, ide dan gagasannya.

Menurut Mulya firdausy, (2017) memaparkan bahwa 10 upaya yang perlu mendapat perhatian dalam mengembangkan ekonomi kreatif kini dan kedepan, yaitu:

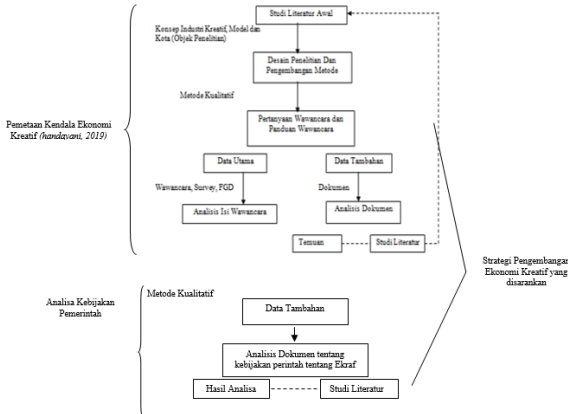
1. Peningkatan kualitas sumber Daya Manusia (SDM) yang kreatif dan inovatif.
2. Peningkatan inovasi dan kreativitas yang berciri keunggulan lokal yang berdaya saing global.
3. Penetapan regulasi/kebijakan yang disertai upaya penegakan hukum (law enforcement).
4. Perlunya insentif bagi pengembangan produk ekonomi kreatif.
5. Dukungan pasar dan pola pengaturannya (ekspor-impor).
6. Penguatan teknologi dan metode yang ramah lingkungan.
7. Mengembangkan ketersediaan material lokal dan optimalisasi pemanfaatannya.
8. Peningkatan kepercayaan dunia perbankan, lembaga permodalan, dan dunia usaha. Adanya aksesibilitas dan konektivitas (jejaring).
9. Mendorong masyarakat yang apresiatif dan mendukung kekayaan intelektual (HKI).

Dari beberapa pemaparan tentang pengembangan ekonomi kreatif, pada dasarnya memiliki maksud yang sama dimana peran pemerintah dalam segala aspek dan skala usaha sangat dibutuhkan dalam menciptakan iklim bisnis yang baik dan memastikan kegiatan operasi pasar berjalan lancar khususnya kepada pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM), yang mana Industri Kreatif mayoritas berawal dari usaha dengan skala UKM.

Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis kuantitatif,

merupakan metode penelitian eksploratory, dimana proses pemetaan kendala dalam aplikasi industri ekonomi kreatif menggunakan teknik non probability sampling yaitu purposive sampling yang melibatkan pelaku Indutri kreatif. kemudian melakukan teknik analisa deskriptif terkait kebijakan pemerintah dan strategi dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bengkulu. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar 2. Desain Penelitian

Sumber: Data Olahan

Hasil dan Pembahasan

Pemetaan Kendala dalam Aplikasi Ekonomi Kreatif di Kota Bengkulu

Penelitian dilakukan terhadap beberapa Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mengangkat 7 subsektor industri kreatif yang ada di kota Bengkulu, yaitu: fotografi, kriya, kilner, fashion, penerbitan, periklanan, televisi dan radio. Dengan batasan bahwa subsektor yang lain belum tersedia di kota Bengkulu. Hasil pemetaan (*mapping*) dari 50 responden pelaku ekonomi kreatif sebesar 38% memiliki latar belakang pendidikan dibidang ekonomi dan bisnis, dan selebihnya (62%) tidak berlatar pendidikan dibidang ekonomi dan bisnis. Hal ini menunjukkan intensi berwirausaha pelaku ekonomi kreatif tidak didukung dengan adanya latar belakang pendidikan formal yang diperoleh, meskipun dapat bersumber dari faktor lain yang mempengaruhinya, seperti: efikasi diri (*self efficacy*) dan faktor lingkungan sosial. Hasil pemetaan kendala dalam aplikasi ekonomi kreatif ditinjau dari aspek Adimistrasi, Teknis, Operasional, dan Manajemen (ATOM) diperoleh hasil bahwa: (Handayani, 2019). Pada aspek administrasi, 38% responden

merasakan kendala yang paling dirasakan oleh pelaku industri kreatif yaitu adanya regulasi bahan baku, khususnya subsektor industri yang mengandalkan sumber daya alam, dimana bahan baku yang digunakan diperoleh dengan cara harus diimport terlebih dulu sehingga harus

Tabel 1. Kendala dalam penerapan ekonomi kreatif di kota Bengkalis Ditinjau dari aspek Administrasi, Teknis, Operasional, dan Manajemen (ATOM)

ATOM	Kendala Pada Lingkungan Utama Ekonomi /Indutri Kreatif	Persentase
1. Administrasi	1. Prosedur Administrasi;	34%
	2. Regulasi (Administrasi) Ekspor dan Impor;	18%
	3. Biaya Administrasi Perijinan, Pengurusan HKI, & Pendirian Usaha Relatif Mahal;	26%
	4. Lambannya Proses Pengurusan (Prosedur) Administrasi Ekspor dan Impor; dan	16%
	5. Regulasi Bahan Baku, Khususnya Subsektor Industri Kreatif yang Mengandalkan Sumber Daya Alam	38%
2. Teknis	1. Proteksi terhadap Produk Impor (Substitusi Impor), Kemudahan Impor, dan Larngakan Ekspor Bahan Baku;	14%
	2. Maraknya Pembajakan Hasil Produksi;	40%
	3. Relatif Rendahya Pemahaman Para Pelaku Ekonomi Kreatif Terhadap Hak Cipta, Desain, Paten, dan Merk, sehingga Terjadi Pembajakan Produk;	48%
	4. Tingginya Risiko (High Risk) Akibat Kegagalan Produk/Jasa yang Ditawarkan ke Pasar Domestik maupun Internasional; dan	54%
	5. Belum Tersedianya Regulasi Terkait Insentif Pajak (Tax Holiday) Terutama untuk Subsektor-subsektor yang Belum Menghasilkan Keuntungan Besar.	22%
3. Operasional	1. Maraknya impor ilegal	10%
	2. Penyelundupan yang Mengakibatkan Langkanya Bahan Baku	16%
	3. Kelangkaan dan Mahalnya Bahan Baku Industri	56%
	4. Keterbatasan Kanal (Frekuensi) Teknologi Transmisi Penyiaran – Pada Umumnyan Masih Menggunakan Teknologi Analog	42%
4. Manajemen	1. Keterbatasan SDM Terampil yang Mau Menekuni Industri Kreatif;	68%
	2. Persaingan Usaha, Khususnya di Industri Televisi dan Radio, Periklanan dan Industri Film, Video, dan Fotografi;	64%
	3. Tenaga Kerja, Khususnya pada Sektor yang Bersifat Padat Karya (Labour Intensif, seperti: Fesyen, Percetakan Besar, Televisi, dan Beberapa Perusahaan Kerajinan;	58%
	4. Belum Dicapainya Konsensus Antara Pengusaha, Pemerintah, dan Serikat Pekerja dalam Penyempurnaan Aturan Tenaga Kerja yang Berusaha Melindungi Tenaga Kerja dengan Lebih Baik (Karena Labour Market Felxible yang Merupakan Preferensi Pengusaha Menjadi Terkekang);	42%
	5. Pungutan-pungutan Liar yang Mengurangi Efisiensi dan Mengurangi Akurasi Estimasi Perhitungan Keuangan, sehingga Menyebabkan Ekonomi Biaya Tinggi;	20%
	6. Belum Semua Perbankan/Lembaga Keuangan Bersedia Membiayai Usaha Ekonomi Kreatif; dan	36%
	7. Masih Diperlukan Keikutsertaan Perguruan Tinggi Dalam Pembimbingan dan Penerapan Metode/Teknologi Tepat Guna dan Murah.	54%

Sumber: bandayani, 2019

melewati proses yang terkadang cukup rumit, hal ini dirasakan pada beberapa pengrajin (subsektor kriya). Kemudian 34% responden menyatakan adanya prosedur administrasi yang dirasakan masih sulit sehingga membatasi ruang gerak para pelaku industri kreatif.

Pada aspek Teknis terkait bagaimana pelaku ekonomi kreatif melaksanakan suatu pekerjaan terkait usaha yang digelutinya, seperti kegiatan ekspor produk, memasarkan produk, pembayaran pajak selaku wajib pajak. Yang paling dirasakan oleh usaha ekonomi kreatif (54%) adalah tingginya risiko (High risk) akibat kegagalan produk (barang/ jasa) yang ditawarkan ke pasar. Fenomena ini terjadi karena skill yang dimiliki para wirausahawan belum cukup baik sehingga risiko gagal produk dapat terjadi, dalam hal ini pengusaha ekonomi kreatif memerlukan sejumlah skill dan informasi terkait teknis pekerjaan yang perlu ditangani.

Selanjutnya dalam aspek Operasional merupakan kendala terkait proses kegiatan usaha, proses produksi yang secara spesifik memaparkan kendala para wirausaha dalam menjalankan bisnisnya mulai dari input menjadi output. Tantangan ini terkait dengan bagaimana para pengusaha mendapatkan bahan baku terbaik demi menghasilkan produk yang baik bagi bisnisnya. Dalam aspek ini yang paling dirasakan oleh para wirausaha (56%) adalah adanya kelangkaan dan mahalnya bahan baku untuk menghasilkan produk usaha mereka. Hal ini berdampak besar bagi ketersediaan faktor produksi serta kelangsungan usaha.

Kemudian kendala dari aspek manajemen dimana kendala yang bersifat internal perusahaan. Kendala ini dapat bersumber dari internal dan eksternal yang mempengaruhi kekuatan bisnis usaha ekonomi kreatif tersebut. Dalam aspek ini yang menjadi kendala utama adalah 68% pelaku industri kreatif menyatakan adanya keterbatasan usaha ekonomi kreatif dalam mendapatkan karyawan yang terampil yang mau menekuni pekerjaan kreatif usaha tersebut. Hal ini disebabkan oleh angkatan kerja yang ada di Bengkalis hanya unggul dari sisi kuantitasnya tetapi belum diimbangi dengan padat karya, perlu melakukan rekrutmen

karyawan dari luar kota Bengkalis yang tentunya memerlukan biaya yang besar, hal inilah menjadi problem sehingga ekonomi kreatif sulit berkembang di kota Bengkalis.

Upaya Terobosan (*Breakthrough*) yang sudah dilakukan Pemerintah

Pemerintah telah melakukan sejumlah kebijakan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia, beberapa peraturan pemerintah telah ditetapkan baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pemerintah telah membuat payung hukum, yaitu Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 12 tahun 2015 tentang perlindungan dan pengembangan ekonomi kreatif daerah Provinsi Riau. Aspek perlindungan ekonomi kreatif berupa:

1. Perlindungan Usaha, pemerintah beserta masyarakat dan dunia usaha memberikan perlindungan usaha kepada pelaku usaha ekonomi kreatif dengan melakukan kemitraan dengan perusahaan besar, Pemerintah Daerah dan Pemerintah Kabupaten/Kota memfasilitasi bantuan hukum atas Hak Kekayaan Intelektual sebagai hasil Usaha Kreatif yang dilakukan oleh individu atau masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Adapun bantuan hukum tersebut dapat berupa:
 - a. Konsultasi mengenai aspek-aspek hukum Hak Kekayaan Intelektual;
 - b. Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual yang dihasilkan dari Usaha Ekonomi Kreatif; dan/atau
 - c. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual yang dihasilkan Usaha Ekonomi Kreatif dari pelanggaran yang dapat merugikan.
2. Penciptaan Iklim Usaha, Pemerintah Daerah dan Pemerintah Kabupaten/Kota memfasilitasi penciptaan iklim usaha yang kondusif bagi Industri Kreatif melalui penerapan ketentuan yang meliputi aspek:
 - a. Persaingan usaha,
 - b. Sarana dan prasarana,
 - c. Informasi usaha,
 - d. Perizinan usaha,
 - e. Promosi dagang, dan
 - f. Dukungan kelembagaan.

Aspek Pengembangan Ekonomi Kreatif dapat dilakukan dalam bentuk: pembinaan dan

dukungan kelembagaan, pembinaan usaha, fasilitasi pembiayaan dan permodalan, peningkatan dan alih teknologi, pemasaran produk dan promosi, perlindungan dan advokasi, pendidikan dan pelatihan, bimbingan teknis, diseminasi kewirausahaan, fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual, informasi usaha, perizinan usaha. Pelaksanaan perda ini diperkuat dengan adanya Peraturan Gubernur Riau Nomor 25 tahun 2015 tentang rincian tugas dan tata kerja dinas pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Riau. Dengan adanya pergub ini diharapkan menjamin pelaksanaan yang tepat terhadap aspek yang diupayakan dalam pengembangan ekonomi kreatif.

Upaya lain yang dilakukan oleh pemerintah yaitu tertuang dalam Peraturan Gubernur Riau Nomor 29 Tahun 2019 tentang Badan Riau Creative Network di Provinsi Riau. Pergub ini ditetapkan karena menyadari bahwa ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang yang perlu didorong, diperkuat dan dipromosikan dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Badan Riau Creative Network merupakan suatu wadah yang memberikan pembinaan dan pengawasan serta memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif dalam meningkatkan mutu produk dan memasarkan hasil produknya. Badan ini memiliki tugas antara lain:

1. Mengidentifikasi potensi ekonomi kreatif yang mengacu pada 16 (enam belas) subsektor ekonomi kreatif.
2. Melakukan pembinaan kepada pelaku ekonomi kreatif
3. Mengelola potensi ekonomi kreatif
4. Memfasilitasi bantuan modal melalui pihak perbankan atau pihak lain yang sah dan tidak mengikat.
5. Mempromosikan dan memasarkan hasil produk ekonomi kreatif.

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Menganalisa *mapping* kendala dalam aplikasi ekonomi kreatif yang dirasakan oleh pelaku ekonomi kreatif serta *Breakthrough* yang telah dilakukan oleh pemerintah sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan, mendapati beberapa hal yang dapat dijadikan evaluasi. Pada dasarnya intervensi pemerintah sudah sangat mendorong upaya terciptanya

pertumbuhan ekonomi kreatif, hanya saja kebijakan yang ditetapkan secara general oleh provinsi harus mampu diadaptasikan sesuai dengan kebutuhan dan kendala yang ada di daerah masing-masing, serta pengembangan potensi ekonomi kreatif seharusnya disesuaikan dengan potensi kearifan lokal. Kedudukan Badan Riau Creative Network yang terpusat diprovinsi (kota pekanbaru), menjadi salah satu kendala dalam pengembangan ekonomi kreatif daerah, khususnya Kota Bengkalis. Bengkalis sebagai daerah pulau berhadapan langsung dengan negara tetangga, memiliki beberapa kebutuhan yang tidak sama dengan daerah lain yang ada di Provinsi Riau. Regulasi bahan baku baik dari segi ketersediaannya maupun harga sangat diperlukan, khususnya subsektor Industri Kreatif yang mengandalkan sumber daya alam. Kemudian perlunya pemahaman standarisasi produk sehingga meminimalisir kegagalan produk dan mampu bersaing pada pasar ekspor. Itu semua perlu pendampingan khusus dan memudahkan pelayanan kepada pelaku ekonomi kreatif.

Strategi yang sudah ada berupa kebijakan pemerintah sudah baik, dan beberapa strategi tambahan yang dapat disarankan untuk diterapkan di Kota Bengkalis yang diharapkan dapat mengoptimalkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Bengkalis, yaitu:

1. Meningkatkan kualitas SDM tidak hanya yang kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk dan menanggapi peluang pasar, namun juga kualitas SDM tentang kesadaran akan hak cipta suatu karya, dengan demikian suatu karya akan dinilai tinggi dan dihargai oleh masyarakat sehingga Mendorong masyarakat yang apresiatif dan mendukung kekayaan intelektual (HKI)
2. Meningkatkan kreativitas yang berciri keunggulan daerah Kota Bengkalis yang berdaya saing global, oleh itu tidak hanya dalam bentuk kebijakan-kebijakan, perlu ada pendampingan khusus yang mengarahkan masyarakat dalam mengembangkan potensi daerah yang ada.
3. Menetapkan regulasi/kebijakan yang disertai upaya penegakan hukum (law enforcement) yang menjawab tantangan yang dialami oleh para pelaku ekonomi kreatif, seperti: regulasi tentang bahan baku,

pajak, perizinan, yang mana regulasi tersebut disesuaikan dengan kebutuhan kota Bengkalis yang melihat aspek strategisnya.

4. Dukungan pasar dan pola pengaturannya (ekspor-impor) disesuaikan dengan kondisi geografis kota Bengkalis yang sangat strategis.
5. Pemerintah perlu melibatkan lembaga institusi pendidikan dalam meningkatkan kualitas SDM dan menjamin adanya sinergi, sehingga pengembangan kualitas SDM benar-benar dapat ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan dunia usaha dan perkembangan teknologi.
6. Menciptakan Pemerintah yang ramah dan tanggap akan kendala yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif serta mempermudah access bagi mereka dalam mendapatkan bantuan dan informasi.

Kesimpulan

Hasil Mapping kendala yang ditinjau dari aspek ATOM (Administrasi, Teknis, Operasional, dan Manajemen) menunjukkan: Pada aspek administrasi, kendala yang paling dirasakan oleh pelaku industri kreatif yaitu adanya regulasi bahan baku, khususnya subsektor industri yang mengandalkan sumber daya alam. Pada aspek Teknis terkait bagaimana pelaku ekonomi kreatif melaksanakan suatu pekerjaan terkait usaha yang digelutinya, yang paling dirasakan oleh usaha ekonomi kreatif adalah tingginya risiko (High risk) akibat kegagalan produk (barang/ jasa) yang ditawarkan ke pasar. Dalam aspek Operasional yang paling dirasakan oleh para wirausaha adalah adanya kelangkaan dan mahalannya bahan baku untuk menghasilkan produk usaha mereka. Kemudian kendala dari aspek manajemen pelaku industri kreatif menyatakan adanya keterbatasan usaha ekonomi kreatif dalam mendapatkan karyawan yang terampil yang mau menekuni pekerjaan kreatif usaha tersebut.

Sejumlah breakthrough yang telah dilakukan pemerintah adalah dengan menetapkan kebijakan skala provinsi/ daerah, dimana memberikan perlindungan usaha, penciptaan iklim usaha, dan pengembangan ekonomi kreatif. Serta menciptakan Badan Riau *Creative*

Network guna lebih mengoptimalkan pengembangan ekonomi kreatif dan aspek promosinya. Strategi pengembangan perlu dilakukan yang mana memiliki tujuan agar kebijakan dan strategi yang ada lebih adaptif sesuai kebutuhan kota Bengkalis dan menjawab tantangan serta kendala yang ada.

Daftar Pustaka

- Boccella, N & Salerno, I. (2016). *Creative Economy, Cultural Industries and Local Development*. 2nd International Symposium "NEW METROPOLITAN PERSPECTIVES" - Strategic planning, spatial planning, economic programs and decision support tools, through the implementation of Horizon/Europe2020. ISTH2020, Reggio Calabria (Italy). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2017). *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*. Badan Pusat Statistik.
- Firdausy, C.M. (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.
- Handayani, T. (2019). *Pemetaan Kendala dalam Aplikasi Ekonomi Kreatif di Kota Bengkalis*, *INOVBIZ: Jurnal Inovasi Bisnis* Volume 7 Nomor 2.
- Hasanah, L. L.N. E. (2015). *Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta*, *Jurnal Studi Pemuda* Volume 4 Nomor 2.
- Maryani, D dan Lambelanova, R. (2019). *Government role in influencing creative economy*. *Jurnal Telkomnika*, Volume 17 Nomor 2.
- Masunah, J. (2017). *Creative Industry: Two Cases of Performing Arts Market in Indonesia and South Korea*. *Jurnal Humaniora*, Volume 29 Nomor 1.

- Nandini, R.M. (2016). Dampak Usaha Ekonomi Kreatif Terhadap Masyarakat Desa Blawe Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri, Kebijakan Manajemen Publik, Volume 4 Nomor 1.
- Rosenzweig, J., et.Al. (2018) How Governments Are Sparking Growth in Creative Industries. <https://www.bcg.com/publications/2018/how-governments-are-sparking-growth-creative-industries.aspx>
- Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah, Jurnal Bina Praja, Volume 4 Nomor 2.
- Syarif, M., et. Al.(2015). Analisi Perkembangan dan Peran Industri Kreatif untuk Menghadapi Tantangan MEA 2015, Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT) 2015.
- Peraturan Gubernur Riau Nomor 29 Tahun 2019, Tentang Badan Riau Creative Network, <https://jdih.riau.go.id/bagikan/707/badan-riau-creative-network-di-provinsi-riau.html>
- Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 12 Tahun 2015, Tentang Perlindungan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah Provinsi Riau, <https://jdih.riau.go.id/bagikan/37/perlindungan-dan-pengembangan-ekonomi-kreatif-daerah-provinsi-riau.html>
- Peraturan Gubernur Nomor 25 Tahun 2015, Tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tatakerja Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau, <https://jdih.riau.go.id/bagikan/330/rincian-tugas,-fungsi-dan-tatakerja-dinas-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-provinsi-riau.html>.