

Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Pangkalpinang

1. Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia kini diwarnai dengangelombang ekonomi kreatif. Dalam ekonomi kreatif, ide kreatif dan inovatif akan selalu diperlukan untuk melakukan pengembangan. Oleh karena itu, penciptaan produk baru akan selalu berdasar pada ide baru. Dalam menjalankan industri kreatif, diperlukan kerja sama yang baik di antara berbagai pihak yang bersangkutan dengan suatu ekonomi kreatif tertentu. Salah satunya, diperlukan kerja sama antara pengusaha dan pemerintah untuk mengatur kebijakan. Dalam menjalankan industri kreatif, diperlukan kerja sama yang baik di antara berbagai pihak yang bersangkutan dengan suatu ekonomi kreatif tertentu. Salah satunya, diperlukan kerja sama antara pengusaha dan pemerintah untuk mengatur kebijakan. Pada dasarnya, berbagai produk yang dihasilkan suatu perusahaan memiliki siklus produk yang cukup singkat. Hal tersebut dikarenakan produk mudah ditiru sehingga cepat digantikan. Maka dari itu, kreativitas dan inovasi perlu terus dikembangkan. Kreasi intelektual akan menghasilkan berbagai kreativitas, keahlian, serta talenta. Maka dari itu, kreasi intelektual memiliki nilai jual yang tinggi dan perlu ditingkatkan dalam menjalankan ekonomi kreatif.

Pembangunan Ekonomi Kreatif dan kepariwisataan merupakan satu kesatuan dalam proses pembangunan daerah perkotaan. Dengan dijadikannya Kota Pangkalpinang sebagai Ibukota Propinsi Kepulauan Bangka Belitung, diharapkan jumlah wisatawan yang datang kePangkalpinang semakin meningkat setiap tahunnya. Kunjungan wisatawan merupakan salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan PDRB dan pertumbuhan ekonomi di sektor pariwisata dan masyarakat kota Pangkalpinang harus memanfaatkan peluang untuk membuka bisnis terutama dalam segmen pasar ekonomi kreatif. Istilah ekonomi kreatif mulai dikenal secara global sejak munculnya buku *The creative economy: How People Make Money From Ideas* (Howkins, 2001). Howkins menyadari lahirnya

gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk- produk hak kekayaan intelektual senilai 414 juta dolar yang menjadikan HKI ekspor nomor satu USA. Howkins dengan ringkas mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai “The creation of value as result of idea” John Howkins secara sederhana menjelaskan ekonomi kreatif dapat disarikan sebagai berikut: Kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.

Penelitian (I Wayan Suparta, 2018) menggunakan metodologi kuantitatif dan Kualitatif, Bambang Suhada, (2013) menggunakan metodologi teknik Weight Product (WP) dengan memanfaatkan variabel-variabel yang dianggap krusial dalam menentukan skala prioritasnya. Kajian ini difokuskan kepada 17 SubSektor Industri Kreatif yang mendominasi di Kota Pangkalpinang. Responden dalam penelitian ini dari unsur Instansi Pemerintah Kota terkait, dan para pelaku usaha industry kreatif di Kota Pangkalpinang. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan persepsi tentang penilaian indikator-indikator utama, kemudian dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan Analisis SWOT.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Menurut Howkins (2005) secara sederhana menjelaskan Ekonomi Kreatif yang disarikan sebagai berikut: “Kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.” Studi Ekonomi Kreatif terbaru yang dilakukan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) pada tahun 2010 mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai: “An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.”

2.2 Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Istilah strategi berasal dari kata kerja dalam bahasa Yunani. Sebagai kata benda, *strategos* merupakan gabungan kata "statos" (militer) dengan "ego" (memimpin). Sebagai kata kerja, *stratego* berarti merencanakan (to plan). Strategi merupakan seni memadukan atau menginteraksikan antara faktor kunci keberhasilan agar terjadi sinergi dalam mencapai tujuan. Strategi adalah untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja. Perencanaan strategi merupakan proses manajerial untuk pengembangan dan mempertahankan kesesuaian yang layak antara sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluang-peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan perencanaan. Strategi adalah terus menerus mempertajam bisnis dan produk perusahaan sehingga keduanya berpadu menghasilkan laba dan pertumbuhan yang memuaskan. Strategi menekankan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Strategi ritel meliputi penentuan target pasar, sifat barang dan jasa yang ditawarkan dan bagaimana ritel memperoleh keuntungan jangka panjang dari para pesaingnya.

3. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang memaparkan dan menganalisis secara deskriptif. Selain itu penelitian ini juga bersifat deskriptif analitis karena penelitian tidak hanya terbatas pada deskripsi mengenai objek kajian akan tetapi juga melakukan analisis bagaimana inovasi model kebijakan ekonomi kreatif. Teknik yang dilakukan oleh peneliti adalah survei literatur akademis di bidang keilmuan kebijakan publik guna memperoleh konsep-konsep yang relevan dengan kajian ekonomi kreatif. Sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai sumber baik dari dokumen pemerintah maupun pemberitaan media massa cetak dan elektronik sebagai data sekunder yang kemudian diolah dan dideskripsikan dalam bentuk narasi sesuai dengan kebutuhan data. Kemudian dilakukan analisis data berdasarkan teori dan konsep kebijakan publik serta selanjutnya dilakukan proses interpretasi data. Sedangkan untuk pengolahan data dengan menggunakan metoda:

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan teknik survei melalui wawancara dan pengajuan kuisioner terhadap pejabat Kota Pangkalpinang, pakar ekonomi kreatif, dan pelaku industri ekonomi kreatif subsektor fashion, kuliner, kriya. Data sekunder merupakan data pendukung dari data primer yang diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pangkalpinang, Dinas Pariwisata Kota Pangkalpinang, Dinas Perindustrian Kota Pangkalpinang, penelitian-penelitian terdahulu, dan bahan pustaka lain yang relevan.

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik pengumpulan Data dalam Kajian ini dengan menggunakan instrumen Kuesioner, Wawancara, Observasi, Studi Kepustakaan.

1. Data dan Pelaku kreasi yang meliputi jenis kreasi, pendanaan, pembiayaan, pemasaran, sarana dan prasarana pendukung.
2. Data dan Pelaku kreasi dalam ekonomi kreatif di Kota Pangkalpinang (belum divalidasi).
3. Data dan Jumlah Koperasi & UMKM Kota Pangkalpinang (masih dalam proses validasi).
4. Studi Pustaka Telaah Perda Ekonomi Kreatif Kota Pangkalpinang.

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode secara sengaja(purposive sampling) untuk menentukan responden pemerintah daerah dan praktisi,serta pelaku usaha ekonomi kreatif.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

N = total populasi

n = besarnya sampel keseluruhan

e = tingkat kesalahan (error) Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha industri kreatif dan UMKMd Kota Pangkalpinang, (berdasarkan rekomendasi BPS, ditentukan angka 10%)

Dari rumus diatas, didapatkan total sampel sebanyak 92 sampel.

Jumlah per sub-sektor untuk 17 Subsektor Ekonomi Kreatif Di Kota Pangkalpinang				
No	nama sektor		jumlah	Proporsi
1	Permainan (game)		15	1,223
2	Kriya		199	16,232
3	Desainer interior		5	0,408
4	Musik		26	2,121
5	Seni Rupa		10	0,816
6	Desain Produk		24	1,958
7	Fashion		127	10,359
8	Kuliner		549	44,780
9	Film, animasi, dan video		11	0,897
10	Fotografi		28	2,284
11	Desain Grafis (Desain Komunikasi Visual)		4	0,326
12	Televisi dan radio		4	0,326
13	Arsitektur		2	0,163
14	Periklanan		5	0,408
15	Seni pertunjukan		210	17,129
16	Penerbitan		4	0,326
17	Aplikasi		3	0,245
	Jumlah		1226	92

4. Hasil dan Pembahasan

Kajian ini dilaksanakan di Tujuh Kecamatan pada Kota Pangkalpinang. Adapun responden yang disurvei adalah pelaku usaha dan organisasi pemerintah daerah terkait. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan juga dilakukan wawancara untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam terkait dengan ekonomi kreatif di Wilayah Kota Pangkalpinang. Adapun informasi terkait responden terdapat jenis, karakteristik dan keberadaan ekonomi kreatif dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

No	Keterangan	Persentase
1	Usia pelaku industri kreatif, adalah kaum Milenial	70%
2	Para pelaku adalah masyarakat asli Kota Pangkalpinang	82 %
3	Pelaku industri, usianya diatas 4 tahun	72%
4	Industri yang lahir di masa pandemi	18%
5	Masih ada usaha yang belum memiliki izin usaha	17,4 %

Sumber : Data diolah dari hasil survei, Tahun 2022

Temuan pada Penelitian ini berdasarkan data hasil survei pada obyek dan lokasi di Kota Pangkalpinang peringkat yang paling Dominan adalah Kuliner, Kriya dan Fashion. Sedangkan berdasarkan besaran Omzet diperoleh peringkat adalah Fashion, Kuliner dan Kriya.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Dari ke-17 sub sektor Ekonomi Kreatif yang telah berkembang di Kota Pangkalpinang, ada 3 sub sektor yang mendominasi yaitu : Kuliner, Kriya dan Fashion

2. Inovasi merupakan kekuatan utama ekonomi kreatif , karena di dalamnya menjadi sebuah modal awal sebuah produk masuk kriteria Produk Kreatif.
3. Berdasarkan Analisis SWOT yang telah dilakukan, posisi pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pangkalpinang berada pada sel 5a (Tumbuh), sehingga strategi yang diambil adalah strategi pertumbuhan (Growth) yang stabil.
4. Perlunya Pengembangan Komunitas Lokal Milenial dan Peningkatan Fasilitas infrastruktur penunjang yang terpadu memiliki multiplier efek terhadap semua subsektor ekonomi kreatif di Kota Pangkalpinang.
5. Pemberian Award/hadiah kepada para pelaku industri kreatif terbaik, Mendukung perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI). Memperkuat dokumentasi, publikasi, komunikasi lisan dan karya kreatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil Survei dan olah data pada obyek di Kota pangkalpinang, dapat diberikan saran rekomendasi kebijakan sebagai berikut:

1. Pemerintah Kota Pangkalpinang dapat menjadi promotor bagi pengembangan ekonomi kreatif, yaitu dengan membangun komitmen di antara OPD pengelola urusan meningkatkan koordinasi dalam melaksanakan fasilitasi pengembangan ekonomi kreatif secara terpadu.
2. Pemerintah Kota Pangkalpinang dapat memasukkan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah, baik Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) dan RPJMD Kota Pangkalpinang, hal ini sebagai “cross cutting issues” di luar isu urusan wajib dan urusan pilihan dalam pembangunan daerah.
3. Pemerintah Kota Pangkalpinang dapat mengambil peran sebagai “Fasilitator Sosial” dalam mengembangkan ekonomi kreatif, terkait dengan fasilitasi home page, internet cepat, penyediaan data industri kreatif, pengelompokan secara cluster dan membentuk forum pendidikan dan pelatihan kewirausahaan kreatif.

4. Pemerintah Kota Pangkalpinang dapat menyediakan ruang publik agar kelompokkelompok masyarakat dapat berkreasi bagi pengembangan ekonomi kreatif, misalnya : fasilitasi gedung kesenian, ruang pameran, fasilitasi website untuk promosi dan lain-lain.

5. Pemerintah Kota Pangkalpinang dapat berperan sebagai katalisator dalam mempercepat perkembangan ekonomi kreatif, melalui cara-cara : a. Upaya pemberdayaan komunitas kreatif untuk melakukan kegiatan dan apresiasi bagi karya-karyanya. b. Fasilitasi permodalan usaha dengan cara merintis hubungan dengan kalangan perbankan dan lembaga keuangan non bank, terkait dengan kredit program yang berbunga rendah atau fasilitasi permodalan melalui modal bergulir atau inkubator bisnis. c. Fasilitasi prasarana intelektual, misalnya terkait dengan pengesahan hak cipta dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). d. Penghargaan bagi perseorangan dan kelompok masyarakat yang telah merintis usaha dan mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Pangkalpinang.

6. Mengembangkan iklim usaha yang bersifat kondusif bagi peningkatan kerjasamakegiatan usaha dalam masyarakat yang berbasis pada ilmu pengetahuan dan Iptek, antara lain melalui: a. Peningkatan lapangan pekerjaan baru bagi kelompok usia produktif yang memasuki lapangan kerja. b. Peningkatan keterbukaan bagi datangnya pekerja kreatif dari daerah lain.

7. Pemerintah Kota Pangkalpinang dapat menggabungkan aktivitas Event Ke-Khasan yang telah ada dapat menjadi wadah kegiatan pelaku usaha ekonomi kreatif di Kota Pangkalpinang, misalnya : Peringatan Ulang Tahun Kota hari-hari besar keagamaan dan lain-lain.

8. Perlunya mengembangkan ekonomi kreatif melalui kerjasama antar daerah (KAD) terutama pemerintah daerah yang diajak bekerja sama telah menunjukkan gambaran tentang Kota Kreatif. Kerjasama dapat dilakukan dengan Kota lain di Indonesia. Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui pelatihan dan peningkatan kapasitas SDM, pemagangan dan studi banding.

9. Mendorong tumbuhnya cipta kreatif di kalangan sekolah menengah (SMA/SMK), perguruan tinggi dan masyarakat di tingkat nasional dan internasional melalui penyelenggaraan event budaya seperti Festival Budaya di Kota Pangkalpinang, Pangkalpinang Carnival Fashion Show