

BAB 1: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah Ekonomi Kreatif pertama kalinya diperkenalkan oleh John Hawkins dalam bukunya “*The Creative Economy*“ pada tahun 2011. Ekonomi Kreatif merupakan suatu konsep yang mengaitkan antara kreativitas dan ekonomi (Suci, 2008). Pelaku-pelaku ekonomi banyak yang telah mengembangkan ide atau inovasi kreatif untuk menambah nilai tambah dari suatu produk atau jasa. Ekonomi Kreatif dapat memainkan peran yang strategis dalam perekonomian nasional karena pemerintah berharap ekonomi kreatif dalam menjadi tulang punggung (backbone) perekonomian nasional yang mampu menciptakan nilai tambah (value added) dan mampu mendukung penguatan citra dan budaya Indonesia (Soekarno dkk, 2019). Tabel 1.1 menunjukkan target dan realisasi Ekonomi Kreatif di Indonesia pada tahun 2019.

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Sasaran Strategis Ekonomi Kreatif Indonesia
Tahun 2022

No	Sasaran Strategis	Indikator Kinerja Sasaran Strategis	Target	Realisasi	Capaian
1	Pertumbuhan Ekonomi Kreatif	Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif (%)	5,3%	5,10 %	96,23 %
2	Penyerapan Tenaga Kerja	Serapan Tenaga Kerja (juta orang)	17,20	19,01	110,52 %
3	Nilai Ekspor Produk Kreatif	Nilai Ekspor Bruto (Miliar USD)	21,5	22,07	102,65 %

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, pertumbuhan ekonomi kreatif belum mampu mencapai target yang ditentukan yaitu sebesar 5,3 % dan hanya mampu tumbuh di angka 5,10 %. Namun di sisi lain, penyerapan tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif mampu melebihi target yang ditetapkan yaitu sebanyak 19,01 juta orang. Dengan

pencapaian tersebut, ekonomi kreatif diharapkan mampu untuk mendorong penciptaan lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran. Kemudian, nilai ekspor produk kreatif juga melebihi target yaitu 22,07 miliar dolar. Ekonomi Kreatif mampu mendorong para pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara global dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terdapat 17 jenis subsektor dalam ekonomi kreatif yang meliputi Aplikasi, Pengembang Permainan (Game), Musik, Arsitektur, Desain Komunikasi Visual, Fashion, Kriya, Kuliner, Desain Interior, Desain Produk, Fotografi, Periklanan, Penerbitan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, dan Televisi dan Radio. Tujuh belas sub sektor tersebut menyatu dengan sektor ekonomi induknya berdasarkan lapangan usaha.

Tren perekonomian nasional belakangan ini juga menunjukkan sedikit perubahan. Era digitalisasi telah membawa dampak inovasi yang masif. Industri kreatif dengan berbagai inovasinya kini mulai merambah pasar. Hal ini terlihat dari beberapa lini ekonomi seperti perdagangan, transportasi, jasa, perhotelan, industri digital yang mulai berubah ke transaksi secara daring. Sektor ekonomi kreatif di Indonesia memiliki peluang untuk terus tumbuh karena beberapa faktor berikut: (1) perubahan perilaku pasar dan konsumen, (2) tumbuhnya era produksi non massal, (3) porsi konsumsi produk dan jasa industri kreatif yang relatif besar di negara G-7, (4) porsi pasar dalam negeri yang besar, dan (5) keragaman sosio-kultural Indonesia. Peluang ini akan tercipta lebih besar jika mendapat dukungan dari pemerintah baik pusat maupun daerah dan pihak-pihak terkait lainnya.

Indonesia telah bergabung dalam Jaringan Kota Kreatif/ Creative Cities Network UNESCO (UCCN) dibentuk pada tahun 2004 untuk mempromosikan kerjasama di antara kota-kota yang telah mengidentifikasi kreativitas (creativity) sebagai faktor strategis untuk pembangunan perkotaan yang berkelanjutan. 246 kota yang saat ini membentuk jaringan ini bekerja sama menuju tujuan bersama: menempatkan kreativitas dan industri budaya di jantung rencana pembangunan mereka di tingkat lokal dan bekerja sama secara aktif di tingkat internasional. Menurut Nurmilah (2016) pembangunan suatu wilayah dapat didukung oleh adanya pengembangan ekonomi kreatif. Dalam upaya melaksanakan strategi

pengembangan sektor ekonomi kreatif ini, harus difokuskan dengan menggali potensi dan permasalahan dalam ekonomi kreatif yang outputnya adalah mendapatkan strategi kebijakan yang tepat dalam program pengembangan ekonomi kreatif ke depan. Pengembangan ekonomi kreatif diharapkan dapat mengefisienkan pembangunan daerah dan dapat merubah sistem perekonomian, serta kebijakan pemerintah ke arah yang lebih baik. Dimana ekonomi kreatif ini memiliki potensi dan peranan yang cukup strategis dalam memberikan efek ke depan yang positif, dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

Salah satu daerah yang memiliki potensi ekonomi kreatif yang besar adalah Kabupaten Indramayu. Banyak sektor ekonomi kreatif yang berdiri di Indramayu yang terdiri dari 17 subsektor ekonomi kreatif. Akan tetapi, sektor ekonomi kreatif memang dalam penghitungannya masih bercampur dengan sektor induknya yang konvensional. Berikut disajikan data PDRB Kabupaten Indramayu tahun 2018-2022 dalam tabel 1.2.

Tabel 1.2. PDRB Kabupaten Indramayu Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan (Juta Rupiah), 2018 - 2022

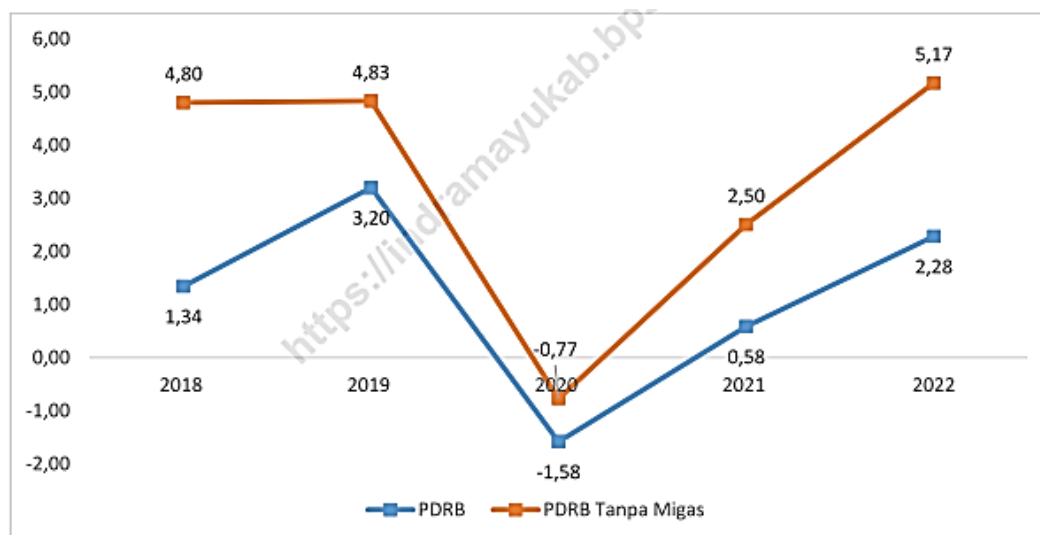
Lapangan Usaha/ <i>Industry</i>	2018	2019	2020	2021*	2022**
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
A Pertanian Kehutanan dan Perikanan/ <i>Agriculture Forestry and Fishing</i>	14 744,38	16 170,26	16 669,40	16 507,29	17 775,21
B Pertambangan dan Penggalian/ <i>Mining and Quarrying</i>	5 138,35	5 276,78	3 904,65	4 185,17	4 694,73
C Industri Pengolahan/ <i>Manufacturing</i>	31 701,35	33 464,43	33 431,08	34 337,16	38 970,47
D Pengadaan Listrik dan Gas/ <i>Electricity and Gas</i>	46,05	47,55	46,69	50,86	54,65
E Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah Limbah dan Daur Ulang/ <i>Water Supply; Sewerage Waste Management and Remediation Activities</i>	80,33	84,61	93,30	100,18	105,88
F Konstruksi/ <i>Construction</i>	4 713,31	5 161,53	4 852,64	5 281,36	6 076,50
G Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor/ <i>Wholesale and Retail Trade; Repair of Motor Vehicles and Motorcycles</i>	8 352,61	8 986,53	8 738,59	9 144,31	10 054,39
H Transportasi dan Pergudangan/ <i>Transportation and Storage</i>	2 331,85	2 510,74	2 514,09	2 638,35	3 001,51
I Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum/ <i>Accommodation and Food Service Activities</i>	1 386,57	1 583,63	1 670,38	1 693,77	2 013,02
J Informasi dan Komunikasi/ <i>Information and Communication</i>	494,93	550,05	732,55	777,82	820,73

K	Jasa Keuangan dan Asuransi/ <i>Financial and Insurance Activities</i>	999,94	1 062,51	1 053,64	1 156,81	1 249,23
L	Real Estat/ <i>Real Estate Activities</i>	385,16	428,17	437,02	474,28	516,58
M,N	Jasa Perusahaan/ <i>Business Activities</i>	191,60	231,09	231,24	252,04	294,89
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib/ <i>Public Administration and Defence; Compulsory Social Security</i>	1 790,30	1 974,42	1 855,34	1 830,44	1 805,97
P	Jasa Pendidikan/ <i>Education</i>	1 805,51	2 024,67	2 193,71	2 256,42	2 338,65
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial/ <i>Human Health and Social Work Activities</i>	406,83	446,41	471,73	516,08	547,18
R,S,T,U	Jasa Lainnya/ <i>Other Services Activities</i>	351,35	386,45	390,19	392,50	453,80
Produk Domestik Regional Bruto <i>Gross Regional Domestic Product</i>		74 920,42	80 389,86	79 286,23	81 594,85	90 773,38

Sumber/Source: Badan Pusat Statistik, PDRB / BPS-Statistics, PDRB

Pertumbuhan Ekonomi

Tabel 1.3 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Indramayu (Persen), 2018-2022



Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator makro untuk melihat kinerja perekonomian secara riil di suatu wilayah. Laju pertumbuhan ekonomi dihitung berdasarkan perubahan PDRB atas dasar harga konstan tahun yang bersangkutan sebelumnya. Pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai

pertambahan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan oleh semua lapangan usaha kegiatan ekonomi yang ada di suatu wilayah selama kurun waktu setahun.

Berdasarkan harga konstan 2010, nilai PDRB Indramayu pada tahun 2022 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2021. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh membaiknya kinerja produksi di sebagian besar lapangan usaha yang sudah bebas dari pengaruh inflasi. Nilai PDRB Indramayu tahun 2022 atas dasar harga konstan 2010, mencapai 61,26 triliun rupiah. Angka tersebut meningkat sebesar 1,71 triliun dari 59,54 triliun rupiah pada tahun 2021. Hal tersebut menunjukkan bahwa selama tahun 2022 terjadi pertumbuhan ekonomi sebesar 2,28 persen, lebih tinggi jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi tahun sebelumnya yang mengalami kontraksi sebesar 0,58 persen.

Jika tahun 2020 dan 2021 diwarnai dengan kelesuan ekonomi sebagai dampak pandemi Covid-19. Maka tahun 2022 merupakan tahun yang penuh harapan, diantaranya karena keberhasilan pengendalian pandemi, terjaganya daya beli masyarakat, kebijakan stimulus fiskal oleh pemerintah yang efektif, serta kinerja beberapa lapangan usaha yang mengalami perbaikan.

Tahun 2022 menunjukkan pulihnya ekonomi di Indramayu. Perekonomian tumbuh positif, walaupun pertumbuhannya masih belum setinggi periode pra pandemi Covid-19.

Dari 17 lapangan usaha, 15 lapangan usaha mampu mencatat pertumbuhan positif. Pertumbuhan terbaik dicapai oleh lapangan usaha jasa perusahaan yang mencatat pertumbuhan 15,51 persen, meningkat dibandingkan tahun 2021 yang tumbuh sebesar 8,59 persen. Pada tahun 2021 lapangan usaha ini juga menduduki peringkat pertama jika dilihat dari pertumbuhannya. Namun jika dilihat dari kontribusinya, lapangan usaha ini hanya memberikan kontribusi sebesar 1,99% terhadap PDRB Indramayu. Lapangan usaha industri pengolahan, yang memberikan kontribusi terbesar pada perekonomian Indramayu, yaitu 42,93 persen, tumbuh sebesar 1,05 persen. Sedangkan lapangan usaha pertanian, kehutanan dan perikanan juga mengalami pertumbuhan sebesar 3,91 persen. Kontribusi pertanian, kehutanan dan perikanan pada struktur PDRB tahun 2022 adalah sebesar 19,58 persen.

Yang membedakan Indramayu dengan kabupaten/kota lain di Jawa Barat adalah dominasi sektor migas pada perekonomiannya (lapangan usaha Pertambangan, Penggalian dan Industri Pengolahan Migas). Tercatat pada tahun 2022 sektor migas berkontribusi sebesar 41,69 persen terhadap perekonomian Indramayu. Jika faktor migas dikeluarkan dari perekonomian, pertumbuhan ekonomi tanpa migas Indramayu tahun 2022 tercatat sebesar 5,17 persen, lebih baik dari kontraksi pertumbuhan ekonomi dengan migas tercatat sebesar 2.88 persen. Pertumbuhan ekonomi tanpa migas tahun 2022 berada di atas rata-rata pertumbuhan periode 2018-2021.

Secara umum perekonomian Indramayu pada tahun 2022 mengalami fase pertumbuhan ekonomi pasca pandemi, pertumbuhan ekonomi pada tahap ini, diakibatkan oleh kembalinya kinerja perekonomian setelah pandemic dapat benar-benar teratasi.

Salah satu sektor yang dapat diarahkan terkait dengan pembangunan inklusif dan berkelanjutan adalah ekonomi kreatif. Dalam pengembangan ekonomi kreatif dapat didorong untuk lebih. Callanan dan Moellenbrock (2019) menyatakan bahwa ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan memuat hal-hal berikut: (1) Keterbukaan & Eksperimen (Openness & Experimentation), (2) Keragaman & Inklusi (Diversity & Inclusion), dan (3) Tradisi & Inovasi (Tradition & Innovation). Ekonomi kreatif dapat memberikan kesempatan kepada semua pihak, bagi usaha besar maupun UMKM untuk terlibat dalam kegiatan bisnis dan memberikan keuntungan secara ekonomi. Penelitian yang dilakukan oleh Soekarno dkk (2019), pengembangan ekonomi kreatif dapat didorong dengan pendekatan pentahelix berdasarkan sub sektor Kuliner, Fashion, dan Kriya.

ABCGM dengan melibatkan banyak kelompok kepentingan, seperti Akademisi (Academics), Swasta (Business), Masyarakat (Civil Society), Pemerintah (Government), dan Media (Media). Masing-masing pihak dalam model pentahelix tersebut peran masing-masing yang dapat mendorong pertumbuhan Ekonomi Kreatif.

Dampak pandemi covid-19 telah merubah pola transaksi bisnis dari luring ke daring memberikan peluang kepada sektor-sektor ekonomi kreatif Kabupaten

Indramayu untuk tumbuh, seperti Aplikasi dan Game, Musik, Kuliner, Fashion, dan Kriya. Namun, Perkembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu ini memang seakan terlihat belum terpetakan dan terpola. Bahkan untuk mencari data perkembangannya pun bukanlah sesuatu yang mudah. Oleh karena itu, memang memerlukan kajian untuk melihat bagaimana perkembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu seperti pada kategori-kategori yang telah dijelaskan di atas. Kemudian, perlu upaya untuk melihat bagaimana pola perkembangannya saat ini dan bagaimana upaya pengembangannya.

Berdasarkan penjelasan diatas maka perlu kiranya ada suatu kegiatan yang mengkaji kondisi Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Indramayu apakah telah sesuai dengan kebijakan dengan undang-undang yang ada. Untuk itu, pada tahun 2023 Bappeda-litbang Kabupaten Indramayu melalui Bidang Penelitian dan Pengembangan melaksanakan kegiatan Kajian Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dalam mendukung Pariwisata untuk Peningkatan Perekonomian Daerah.

B. Permasalahan/Rumusan Masalah.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, dapat diidentifikasi permasalahan penelitian, bahwa pencapaian kinerja kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu, khususnya dalam peningkatan ekosistem ekonomi kreatif masih belum efektif. Hal itu diantaranya ditentukan dari masih rendahnya Jumlah sektor ekraf dan pelaku ekraf. Karena validasi data ekraf yang belum tersusun baik sehingga program untuk peningkatan kapasitas pelaku ekonomi kreatif dan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif belum tertata dengan baik dengan arah yang masih belum jelas.

Berdasarkan permasalahan penelitian dan fokus kajian tersebut di atas, maka dalam kajian ini dapat diuraikan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Faktor-faktor apa yang mempengaruhi pemberdayaan ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu yang belum efektif?
- 2) Bagaimana kinerja kebijakan ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu?
- 3) Bagaimana inovasi strategi pemberdayaan ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu?

C. Maksud dan Tujuan.

Kegiatan Kajian Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dalam menunjang Pariwisata untuk Peningkatan Perekonomian Daerah dimaksudkan untuk menyediakan informasi akurat tentang kondisi perkembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Indramayu sebagai bahan rekomendasi kebijakan.

Secara khusus kegiatan ini bertujuan untuk mengasilkan dokumen kajian yang menguraikan tentang:

1. Untuk Mengetahui Teridentifikasinya faktor-faktor penghambat pengembangan ekonomi kreatif;
2. Untuk Mengetahui Tervalidasinya data ekonomi kreatif;
3. Untuk Mengetahui Tersusunnya strategi Pemberdayaan Pelaku ekonomi Kreatif dalam mendukung Pariwisata untuk meningkatkan perekonomian.

Penelitian ini akan menyajikan rekomendasi-rekomendasi yang dapat ditindaklanjuti oleh berbagai pemangku kepentingan, dengan harapan sebagai berikut:

1. Terciptanya kebijakan yang mendorong Pemberdayaan Ekonomi Kreatif sebagai upaya peningkatan Perekonomian Daerah yang pada gilirannya meningkatkan perekonomian daerah.
2. Terwujudnya kemandirian dan kemajuan Pelaku Ekonomi Kreatif di Kabupaten Indramayu.
3. Terciptanya peningkatan pendapatan masyarakat sebagai dampak Pemberdayaan Ekonomi Kreatif.
4. Meningkatnya daya saing daerah melalui diversifikasi produk ekonomi kreatif unggulan daerah.
5. Terbentuknya jejaring antara kelompok usaha, lembaga masyarakat lokal, dan keluarga masyarakat lokal dengan berbagai stakeholders' yang menunjang peningkatan pemberdayaan ekonomi kreatif.

D. Ruang Lingkup Kegiatan.

Ruang lingkup kegiatan atau pekerjaan dan luaran yang diharapkan dalam kegiatan kajian ini sebagaimana diuraikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.3
Ruang lingkup pekerjaan dan luaran yang diharapkan

No	Ruang lingkup pekerjaan	Luaran yang diharapkan
1.	Pekerjaan persiapan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perencanaan tahapan pekerjaan ▪ Penyusunan waktu aktivitas
2.	Studi/tinjauan literatur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penetapan tujuan dan arah kajian ▪ Mengumpulkan bahan dan data pendukung berupa produk-produk peraturan dan kebijakan teknis pelayanan Pendidikan.
3.	Pengumpulan bahan dan data	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengkoordinir tinjauan lapangan dengan sasaran kajian ▪ Review regulasi dan kebijakan ▪ Observasi ke lapangan ▪ Pengisian kuesioner ▪ Wawancara mendalam ▪ Pelibatan OPD dan lembaga terkait dalam FGD ▪ Perumusan hasil ▪ Penyusunan rekomendasi
4.	Kompilasi data	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penyusunan main table hasil pengumpulan data umum
5.	Analisis pengolahan data	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penggunaan alat analisis yang sesuai ▪ Pengolahan data primer dan sekunder
6.	Penyusunan laporan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Laporan Pendahuluan; yang berisi rencana pelaksanaan pekerjaan, baik metodologi penelitian maupun rencana waktu pelaksanaan, metode pelaksanaan, rencana kegiatan konsultan, dan rencana jadwal kegiatan. ▪ Laporan Antara; berisi sejauhmana pekerjaan sudah dilaksanakan oleh pelaksana sesuai dengan rencana pelaksanaan yang telah dibuat pada Laporan Pendahuluan. Secara rinci pada laporan ini akan berisi: <ul style="list-style-type: none"> a. Kemajuan pekerjaan kompilasi, konversi dan integrasi data.

No	Ruang lingkup pekerjaan	Luaran yang diharapkan
		<p>b. Kendala yang ditemukan, solusi penyelesaian pekerjaan dan jadwal penyelesaian pekerjaan.</p> <p>c. Konsep hasil pekerjaan yang ingin dicapai</p> <p>d. Analisis data dan perumusan hasil</p> <p>e. Gambaran umum rekomendasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Laporan Akhir; yang berisi rangkuman laporan keseluruhan pelaksanaan pekerjaan, beserta hasil-hasil pekerjaannya, yang berisi materi penyempurnaan Laporan Antara yang dilengkapi dengan hasil-hasil pekerjaan. Pada intinya laporan akhir ini berisi materi penyempurnaan Laporan Antara yang dilengkapi dengan hasil-hasil pekerjaan.

BAB 2: TINJAUAN/TELAAHAN PUSTAKA

A. Pemberdayaan Masyarakat

Kata istilah pemberdayaan mengaung di mana-mana, banyak pihak yang menggunakan istilah tersebut. Akar katanya berasal dari daya atau power. Kata power cenderung tampak pada posisi sesuatu yang berpengaruh, dan pengambilan keputusan. Dengan kekuatan seseorang atau kelompok diharapkan dapat mendayagunakan kekuatannya untuk suatu hal, misal dalam mengembangkan keterampilan dan menemukan solusi atas masalah kehidupan.

Jika ada pertanyaan, siapakah yang memberdayakan dan siapakah yang diberdayakan? Maka seolah pemberdayaan merupakan upaya yang timbul dari luar individu, kelompok, organisasi, untuk memperkuat. Pada hakekatnya pemberdayaan dapat dilakukan secara internal dari dalam diri orang itu. Dimana peran pihak luar adalah untuk mengembangkan potensi, dan pada kesempatan lain akan membantu orang yang diberdayakan supaya dapat mengakses informasi, inovasi, asset, modal, dan kemampuan dalam pengambilan keputusan.

Shardlow (1998:32) dalam Isbandi Rukminto Adi, memberikan pengertian tentang pemberdayaan masyarakat yaitu” bagaimana individu, kelompok, ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk kehidupan masa depan sesuai dengan keinginan mereka”. Maka masyarakat mampu mengendalikan atau mengatasi permasalahan yang dihadapi secara mandiri. Artinya pemberdayaan memberikan masyarakat pengetahuan, kesadaran dan kekuasaan penuh dalam mencapai perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya.

Menurut pandangan lain dalam tulisan Isbandi Rukminto Adi tentang pemberdayaan masyarakat, didefinisikan “Pemberdayaan masyarakat sebagai suatu program dan proses”. Pemberdayaan sebagai suatu program, dimana pemberdayaan dilihat dari tahapan-tahapan kegiatan guna mencapai suatu tujuan, yang biasanya sudah ditentukan jangka waktunya. Sementara itu, pemberdayaan sebagai suatu proses adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan (on-going) sepanjang komunitas itu masih ingin melakukan perubahan dan perbaikan, dan tidak hanya terpaku pada suatu program saja.

Jika meninjau program-program pemberdayaan maka akan banyak sekali ditemui inisiasi dan dilaksanakan oleh berbagai pihak, namun ada pertanyaan yaitu, apakah

program tersebut benar-benar mengusung suatu konsep pemberdayaan, atau memang belum sepenuhnya dilandaskan pada upaya-upaya pemberdayaan masyarakat.

Kedua pandangan pemberdayaan sebagai program dan proses adalah sumbangan terhadap pemahaman tentang pemberdayaan. Pemberdayaan sebagai program tetap direncanakan dengan serius dan lebih memfokuskan pada upaya-upaya yang membuat masyarakat agar dapat lebih pandai dan mampu mengembangkan komunitas antar mereka sehingga pada akhirnya mereka dapat saling berdiskusi secara konstruktif dan mengatasi permasalahan yang ada.

Pemberdayaan bukanlah upaya pemaksaan kehendak atau proses yang dipaksakan. Lebih utama lagi adalah pendelegasian kekuasaan atau kekuatan yang tidak sesuai dengan potensi masyarakat. Pemberdayaan hendaknya memperhatikan pada perspektif sosial dan budaya, bukan politik dan ekonomi semata.

Dalam pemberdayaan masyarakat, maka masyarakatlah yang menjadi aktor dan penentu pembangunan. Dalam kaitan ini, usulan-usulan masyarakat merupakan dasar bagi program pembangunan lokal, regional, bahkan menjadi titik pijak bagi program nasional. Disini masyarakat difasilitasi untuk mengkaji kebutuhan, masalah dan peluang pembangunan dan perikehidupan mereka sendiri. Selain itu mereka juga menemu-kenali solusi yang tepat dan mengakses sumber daya yang diperlukan, baik sumber daya eksternal maupun sumber daya milik masyarakat itu sendiri.

Salah satu strategi yang memungkinkan dalam pemberdayaan masyarakat adalah pengembangan ekonomi yang berbasis kreatifitas. Di sini, masyarakat akan difasilitasi untuk mengkaji kebutuhan, masalah dan peluang kelanjutan mutu kehidupan mereka sendiri.

Pemberdayaan pada hakikatnya adalah untuk menyiapkan masyarakat agar mereka mampu dan mau secara aktif berpartisipasi dalam setiap program dan kegiatan pembangunan yang bertujuan untuk memperbaiki mutu hidup (kesejahteraan), baik dalam pengertian ekonomi, sosial, budaya, fisik, ataupun mental. Partisipasi masyarakat akan tumbuh dan berkembangnya dalam proses pembangunan karena adanya kepercayaan dan kesempatan yang diberikan oleh pemerintah.

Menurut FAO (1989b) dalam Mikkelsen, partisipasi ditafsirkan dengan beragam, seperti berikut:

1. Partisipasi adalah Kontribusi sukarela dari masyarakat kepada proyek tanpa ikut serta dalam pengambilan keputusan.
2. Partisipasi adalah “pemekaan” (membuat peka) pihak masyarakat untuk meningkatkan kemauan menerima dan kemampuan untuk menanggapi proyek-proyek pembangunan.
3. Partisipasi adalah suatu proses yang aktif, yang mengandung arti bahwa orang atau kelompok yang terkait, mengambil inisiatif dan menggunakan kebebasannya untuk melakukan hal itu.
4. Partisipasi adalah pemantapan dialog antara masyarakat setempat dengan para staf yang melakukan persiapan, pelaksanaan, monitoring proyek, agar supaya memperoleh informasi mengenai konteks lokal, dan dampak-dampak sosial.
5. Partisipasi adalah keterlibatan sukarela oleh masyarakat dalam perubahan yang ditentukannya sendiri.
6. Partisipasi adalah keterlibatan masyarakat dalam pembangunan diri, kehidupan dan lingkungan mereka.

Club du Sahel (1988) misalnya, beroperasi dengan partisipasi yang tingkat paksaan dan sukarelanya berbeda-beda, demikian juga tingkat aktif dan pasifnya untuk mempromosikan partisipasi yang menekankan sifat sukarela dan aktif

B. Ekonomi Kreatif

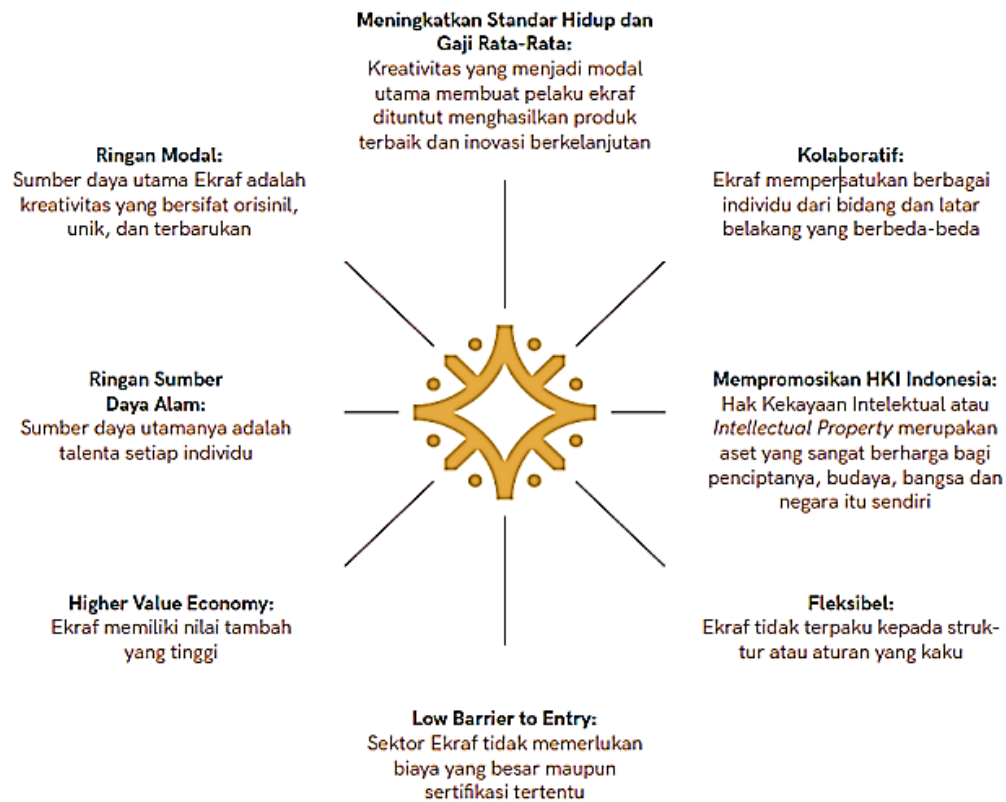
Menurut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF, 2017), ekonomi kreatif (ekraf) didefinisikan sebagai penciptaan nilai tambah dari kreativitas yang dilindungi kekayaan intelektual, dan bersumber dari pengelolaan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Dalam hal ini, unsur dari nilai tambah menjadi elemen penting yang tidak dapat dipisahkan dari unsur kreativitas. Ekonomi Kreatif secara khusus tidak hanya berfokus kepada penciptaan nilai tambah secara ekonomi, namun juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan.

Ekonomi Kreatif (Ekraf) adalah paradigma ekonomi baru yang mengandalkan gagasan, ide, atau kreatifitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Sumber daya utama dalam Ekraf adalah kreativitas, yakni kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, solusi dari suatu masalah, atau sesuatu yang berbeda dari pakem. Namun selain kreativitas, unsur lain yang dianggap penting untuk menunjang Ekraf adalah nilai tambah.

Nilai tambah ini dapat dilihat dari adanya peningkatan kualitas produk dari segi nilai dan ekonomi.

Kegiatan seperti hobi yang dilakukan secara cuma-cuma belum bisa digolongkan ke dalam Ekraf. Ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara-negara berkembang. Menurut Polnya (2015), pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta dan kreativitas.

Pengertian ekonomi kreatif menurut para ahli yang dimaksudkan oleh Howkins yaitu ekonomi kreatif sebagai *the creation of values as a result of idea*. Howkins menjelaskan bahwa kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat yang mana menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide. Kegiatan ekonomi tersebut tidak hanya dilakukan sesekali melainkan berulang dan rutin. Hal ini bisa disimpulkan bahwa Howkins menitikberatkan suatu ekonomi pada suatu ide yang dipikirkan secara matang yang bisa menghasilkan hasil yang lebih baik.



Sumber: Opus Ekonomi Kreatif, BEKRAF 2019

Gambar 2.1 Keunggulan Ekonomi Kreatif dibandingkan dengan Ekonomi Tradisional

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 mengenai ekonomi kreatif. Didalam Undang-Undang tersebut yang dimaksud ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.

Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklarifikasi ulang subsektor industri kreatif 16 subsektor. Definisi ke-17 subsektor industri kreatif tersebut mengacu pada publikasi “Ekonomi Kreatif:

Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025, Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-.2019, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi (Ekraf Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jawa Barat diolah 2018). Adapun 16 subsektor tersebut yaitu:

- 1) Film, Animasi dan Video
- 2) Aplikasi dan Game
- 3) Musik

- 4) Arsitektur
- 5) Desain Komunikasi Visual
- 6) Fashion
- 7) Kriya
- 8) Kuliner
- 9) Desain Interior
- 10) Desain Produk
- 11) Fotografi
- 12) Periklanan
- 13) Penerbitan
- 14) Seni Pertunjukan
- 15) Seni Rupa
- 16) Televisi dan Radio

Sedangkan menurut OPUS Ekonomi Kreatif 2020, subsektor ekonomi kreatif berubah menjadi 17 subsektor. Adapun 17 subsektor tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Pengembang Permainan
- 2) Arsitektur
- 3) Desain Interior
- 4) Musik
- 5) Seni Rupa
- 6) Desain Produk
- 7) Fashion
- 8) Kuliner
- 9) Film, Animasi, dan Video
- 10) Fotografi
- 11) Desain Komunikasi Visual
- 12) Televisi dan Radio
- 13) Kriya
- 14) Periklanan
- 15) Seni Pertunjukan
- 16) Penerbitan
- 17) Aplikasi

Indikator keberlangsungan ekonomi kreatif pada industri kreatif menurut adalah sebagai berikut (Hartono, 2010) :

1. Produksi

Dalam teori konvensional, menurut Adiwarmanto disebutkan bahwa teori produksi ditujukan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan (input) untuk produksi dan menjual keluaran atau produk. Lebih lanjut ia menyebutkan teori produksi juga memberikan penjelasan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya.

Tri Pracojo dan Antyo Pracojo mendefinisikan bahwa produksi sebagai suatu proses mengubah kombinasi berbagai input menjadi output. Pengertian produksi tidak hanya terbatas sebagai proses pembuatan saja tetapi hingga pemasarannya.

2. Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para ekonom mendeskripsikan pasar sebagai sekumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atas kelas produk tertentu (Kotler, 2008). Menurut Djasalim S. bahwa pasar adalah pelanggan potensial dengan kebutuhan dan keinginan tertentu yang bersedia dan mampu mengambil bagian dalam jual beli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (Herdiana, 2015).

Selanjutnya dalam pengertian pemasaran Djasalim S. mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Selain itu, menurut Kotler dan Armstrong memberikan definisi pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses yang menciptakan komunikasi penyampain pada pelanggan dan untuk mengelola kerelasiannya pelanggan untuk mencapai benefit bagi organisasi (stakeholder).

3. Manajemen dan Keuangan

Mary Parker Follet mendefinisikan manajemen sebagai suatu seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Stoner mengemukakan bahwa manajemen merupakan suatu definisi yang lebih kompleks dari suatu seni, bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, usaha-usaha

para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Rokhayati, 2014).

Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan sustainability (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan (Fahmi, 2014).

4. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Sebagai sebuah kesatuan politik, atau aparat / alat negara yang memiliki badan yang mampu memfungsikan dan menggunakan otoritas / kekuasaan. Dengan ini, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu. Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Hal ini disebabkan karena pengembangan industri kreatif bukan hanya pembangunan industri, tetapi juga meliputi pengembangan ideologi, politik, sosial dan budaya (Moelyono, 2010).

5. Kondisi Ekonomi

Pembangunan ekonomi daerah pada masa akan datang harus berbeda dari wujud perekonomian yang akan datang hendaknya dibangun lebih adil dan merata, mencerminkan peningkatan peran daerah dan pemberdayaan seluruh rakyat, berdaya saing dengan basis efisiensi, serta menjamin keberlanjutan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Jika demikian halnya menurut Syamsul Bahri, diperlukan beberapa ketentuan sebagai dasar berpijak dan landasan bagi kerangka pembangunan ekonomi daerah, yaitu:

- a. Dilaksanakan berdasarkan sistem ekonomi kerakyatan untuk mencapai kesejahteraan rakyat yang meningkat, merata dan berkeadilan.
- b. Berlandaskan pengembangan otonomi daerah dan peran serta aktif masyarakat secara nyata dan konsisten.

- c. Menerapkan prinsip efisiensi yang didukung oleh peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan teknologi untuk memperkuat landasan pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan daya saing.
- d. Berorientasi pada perkembangan globalisasi ekonomi internasional dengan tetap mengutamakan kepentingan ekonomi daerah.
- e. Dalam skala makro, perekonomian daerah dikelola secara hati-hati, disiplin, dan bertanggung jawab dalam rangka menghadapi ketidakpastian yang meningkat akibat proses globalisasi.
- f. Berlandaskan kebijakan yang disusun secara transparan dan bertanggung jawab baik dalam pengelolaan publik, pemerintahan maupun masyarakat. Dalam kaitan itu pemerintah daerah perlu bersikap tidak memihak serta menjaga jarak dengan perusahaan-perusahaan dan asosiasi-asosiasi (Sulistyo, 2010).

6. Lingkungan

Perusahaan bukan hanya sebagai organisasi bisnis, melainkan juga berfungsi sebagai organisasi sosial. Perusahaan yang hanya berorientasi bisnis (mencari laba- profit) akan menghadapi tantangan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Perusahaan didirikan dengan harapan untuk dapat bertumbuh secara berkelanjutan (*sustainable growth*). Agar terus bertumbuh, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk hidup. Kemampuan ini dapat dilihat dari kemampuan sosial perusahaan, seperti kemampuan perusahaan untuk mengendalikan dampak lingkungan menggunakan tenaga kerja dan lingkungan di sekitar lokasi pabrik, aktif melakukan kegiatan sosial, memberikan perhatian pada peningkatan kepuasan konsumen, dan memberikan pertumbuhan laba yang layak bagi investor (Herdiana, 2015).

7. Kemitraan Usaha

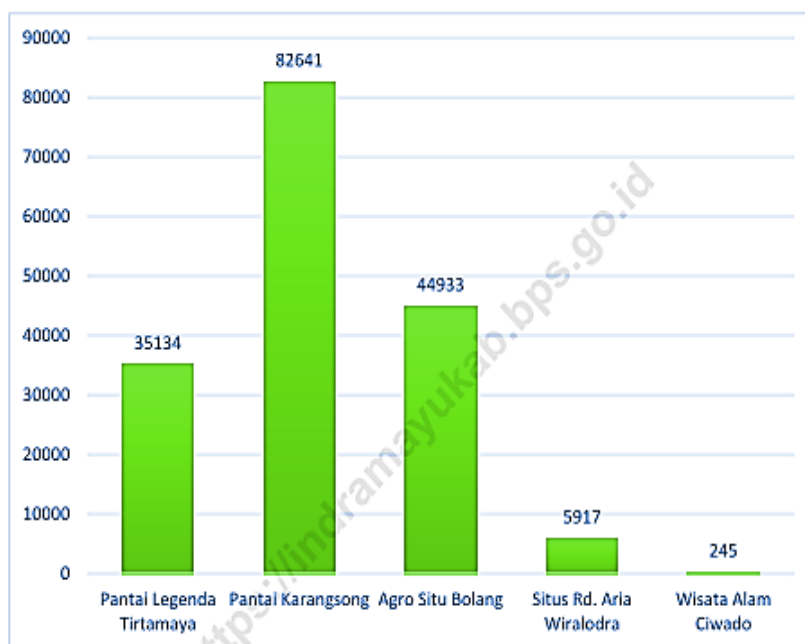
Pengertian kemitraan menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, dikatakan sebagai kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan, ini merupakan suatu landasan pengembangan usaha (Widjaja, 2000). Kemitraan juga bisa didefinisikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.

C. Industri Pariwisata Indramayu

Pariwisata di Kabupaten Indramayu terdiri dari berbagai usaha pariwisata, seperti pantai, islamic center dan lain sebagainya. Selain itu didukung pula oleh restoran, rumah makan, dan cafe. Pada tahun 2022 tercatat terdapat 99 restoran/ rumah makan di Kabupaten Indramayu. (BPS 2023).

Sebagai kabupaten yang terletak di pesisir utara Jawa Barat, Industri pariwisata di Indramayu telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa faktor yang telah berkontribusi terhadap perkembangan ini adalah upaya pemerintah daerah dalam mempromosikan potensi pariwisata, peningkatan infrastruktur, dan peran aktif pelaku pariwisata setempat.

Perkembangan industri pariwisata di Indramayu juga didukung oleh peningkatan infrastruktur. Pemerintah daerah telah berinvestasi dalam pembangunan jalan, aksesibilitas, serta penyediaan fasilitas pendukung pariwisata. Hal ini telah memudahkan akses bagi wisatawan yang ingin mengunjungi Indramayu.



Sumber: <https://indramayukab.bps.go.id>

Gambar 2.2

5 Kunjungan Wisatawan Terbanyak di Kabupaten Indramayu, 2022

Kecamatan	2022
Haurgeulis	2
Gantar	4
Gabuswetan	4
Terisi	2
Tukdana	3
Widasari	4
Karangampel	1
Juntinyuat	2
Sliyeg	1
Jatibarang	3
Balongan	3
Indramayu	44
Sindang	7
Lohbener	2
Kandanghaur	13
Patrol	4
Kabupaten Indramayu	99

Sumber: <https://indramayukab.bps.go.id>

Gambar 2.3

Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan, 2021-2022

Obyek Wisata	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pantai Karangsong	14,602	8,538	988	3,158	18,484	9,716	11,125	7,130
Agro Situ Bolang	11,725	3,321	2,502	Tutup	13,235	5,486	6,325	2,339
Situs Rd. Aria Wiralodra	750	300	500	55	800	600	573	2,339
Wisata Alam Ciwado	72	60	70	43				2
Pantai Legenda Tirtamaya	28,085	1,423	5,626	Tutup				
Jumlah	55,234	13,642	9,686	3,256	32,519	15,802	18,023	11,810

Sumber: <https://indramayukab.bps.go.id>

Gambar 2.4
Jumlah Kunjungan Obyek Wisata, Januari – Agustus 2022

No	SUB SEKTOR	Juni 2023	2022
1	Aplikasi	1	
2	Desain Komunikasi Visual	1	
3	Desain Produk	2	2
4	Fesyen	17	16
5	Film, Animasi dan Video	8	3
6	Fotografi	2	2
7	Kriya	50	44
8	Kuliner	62	55
9	Musik	2	2
10	Seni Pertunjukan	7	8
11	Seni Rupa	6	5
	Jumlah	158	137

Sumber: Dispara Kabupaten Indramayu, 2023

Gambar 2.5
Jumlah Sub Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2022-2023

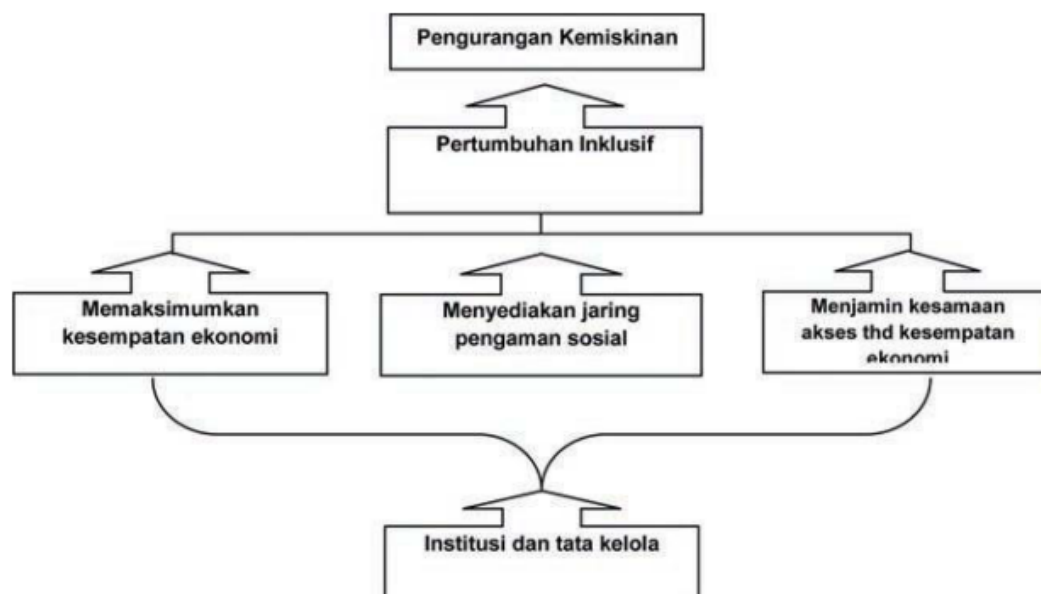
D. Pertumbuhan Inklusif

Pertumbuhan yang inklusif didefinisikan sebagai pertumbuhan yang tidak hanya menghasilkan peluang ekonomi, tetapi juga menjamin akses yang adil bagi seluruh anggota masyarakat terhadap peluang ekonomi yang tercipta. Pertumbuhan yang inklusif memungkinkan semua anggota masyarakat untuk berpartisipasi dan mengambil manfaat dari pertumbuhan dan pembangunan, ekonomi atas dasar kesetaraan terlepas dari latar belakang sosial ekonomi yang berbeda (Hill, Khan, Zhuang 2012: 2).

Pertumbuhan yang inklusif perlu disertai dengan pertumbuhan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Pertumbuhan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan didefinisikan sebagai strategi pertumbuhan yang memperhatikan keseimbangan lingkungan dan ekosistem dalam jangka panjang. Strategi pertumbuhan ini tidak hanya mengejar target pertumbuhan yang tinggi, tetapi lebih menitikberatkan pada upaya mengurangi emisi karbon, mencapai ketahanan energi melalui pengembangan renewable

energy, mengelola sumber-sumber daya termasuk hutan, tanah dan air secara cermat untuk menghindari kerusakan lingkungan dan menjaga ketersediaan sumber daya bagi generasi yang akan datang sekaligus menciptakan kesempatan ekonomi dan meminimalisasi dampak sosial yang negatif.

Dalam pertumbuhan yang inklusif, upaya mengurangi kemiskinan merupakan tujuan utama. Untuk mencapai tujuan ini, pertumbuhan yang inklusif tergantung dari tiga komponen penting: keberhasilan memaksimalkan kesempatan atau peluang ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat; ketersediaan jaringan pengaman sosial bagi seluruh lapisan masyarakat; dan keberhasilan menjamin keadilan akses terhadap kesempatan kerja. Ketiga komponen dasar dari pembangunan yang inklusif sangat tergantung pada aspek institusi dan tata Kelola.



Sumber: Hill, Khan, Zhuang 2012: 2

Gambar 2.2 Konsep Pertumbuhan yang Inklusif

Indeks Pembangunan Ekonomi Inklusif menurut Bappenas yaitu alat untuk mengukur dan memantau sejauh mana tingkat inklusivitas pembangunan Indonesia baik pada level nasional, provinsi, dan kabupaten/kota.

Indeks Pembangunan Ekonomi Inklusif mengukur inklusivitas pembangunan di Indonesia melalui aspek pertumbuhan ekonomi, ketimpangan dan kemiskinan, serta akses

dan kesempatan. Angka indeks terdiri dari 3 Pilar dan 8 Sub-pilar serta 21 indikator pembentuk indeks pembangunan ekonomi inklusif.

1. Pilar 1 Pertumbuhan dan Perkembangan Ekonomi

1) Pertumbuhan ekonomi

Pertumbuhan ekonomi yang tinggi merupakan salah satu syarat mutlak sebuah pembangunan ekonomi yang inklusif. Pertumbuhan ekonomi menggambarkan aktivitas ekonomi ataupun pemenuhan kebutuhan sehari-hari di masyarakat. Indikator: pertumbuhan riil per kapita, share manufaktur terhadap PDRB, rasio kredit perbankan terhadap PDRB nominal.

2) Kesempatan Kerja

Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian tidak lepas dari demografi ketenagakerjaan di suatu wilayah. Semakin luas kesempatan kerja suatu wilayah, pertumbuhan dan perkembangan ekonomi akan semakin meningkat. Kesempatan kerja yang luas secara langsung meningkatkan tingkat produktivitas dan berpengaruh pada tingkat pembangunan ekonomi. Indikator: tingkat kesempatan kerja, persentase penduduk bekerja penuh, persentase tenaga kerja dengan tingkat pendidikan menengah ke atas.

3) Infrastruktur Ekonomi

Infrastruktur ekonomi mengukur seberapa jauh pertumbuhan ekonomi sudah dapat diakses masyarakat luas. Pertumbuhan ekonomi tidak hanya berpaku pada tingginya angka pendapatan, namun juga perlu memperhatikan infrastruktur sebagai daya dukung untuk memperlancar pencapaian target pertumbuhan. Infrastruktur yang dimaksud adalah perangkat dukungan yang dapat memperluas akses bagi masyarakat untuk mendapatkan manfaat dari tingginya pertumbuhan ekonomi. Indikator: persentase rumah tangga yang menggunakan listrik/PLN, persentase penduduk yang memiliki telepon genggam, persentase jalan dengan kondisi baik dan sedang.

2. Pilar 2 Pemerataan Pendapatan dan Pengurangan Kemiskinan

1) Ketimpangan.

Karena pembangunan ekonomi inklusif harus memastikan adanya pemerataan ekonomi ke seluruh lapisan masyarakat, ketimpangan dari sisi pendapatan, gender, maupun wilayah harus dihapuskan. Indikator: rasio pendapatan gini, sumbangan pendapatan perempuan, rasio rata-rata pengeluaran rumah tangga desa dan kota.

2) Kemiskinan

Pengentasan kemiskinan merupakan syarat cukup pembangunan ekonomi yang inklusif. Selain itu, pertumbuhan ekonomi yang disertai angka kemiskinan yang tinggi membuat pertumbuhan itu sendiri tidak berkelanjutan. Indikator: persentase penduduk miskin, rata-rata konsumsi protein per kapita per hari.

E. Kerangka Pikir Kajian

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa Kajian Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dalam menunjang Pariwisata untuk Peningkatan Perekonomian Daerah adalah untuk mengetahui kondisi Ekonomi Kreatif di Kabupaten Indramayu. secara rinci kondisi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Teridentifikasinya faktor-faktor penghambat pengembangan ekonomi kreatif;

Berdasarkan UU No 24 Tahun 2019, bahwa pemberdayaan ekonomi kreatif ada dua variable: 1. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif: a. Pelatihan, pembimbingan teknis, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial Pelaku Ekonomi Kreatif; b. Dukungan fasilitasi untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha; dan c. Standardisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang Ekonomi Kreatif. Dan yang ke 2. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif: a. pengembangan riset; b. pengembangan pendidikan; c. fasilitasi pendanaan dan pembiayaan; d. penyediaan infrastruktur; e. pengembangan sistem pemasaran; f. pemberian insentif; g. fasilitasi kekayaan intelektual; dan h. perlindungan hasil kreativitas.

Dari hasil wawancara responden dapat di hasilkan bahwa faktor-faktor pendukung dan penghambat dari pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Indramayu.

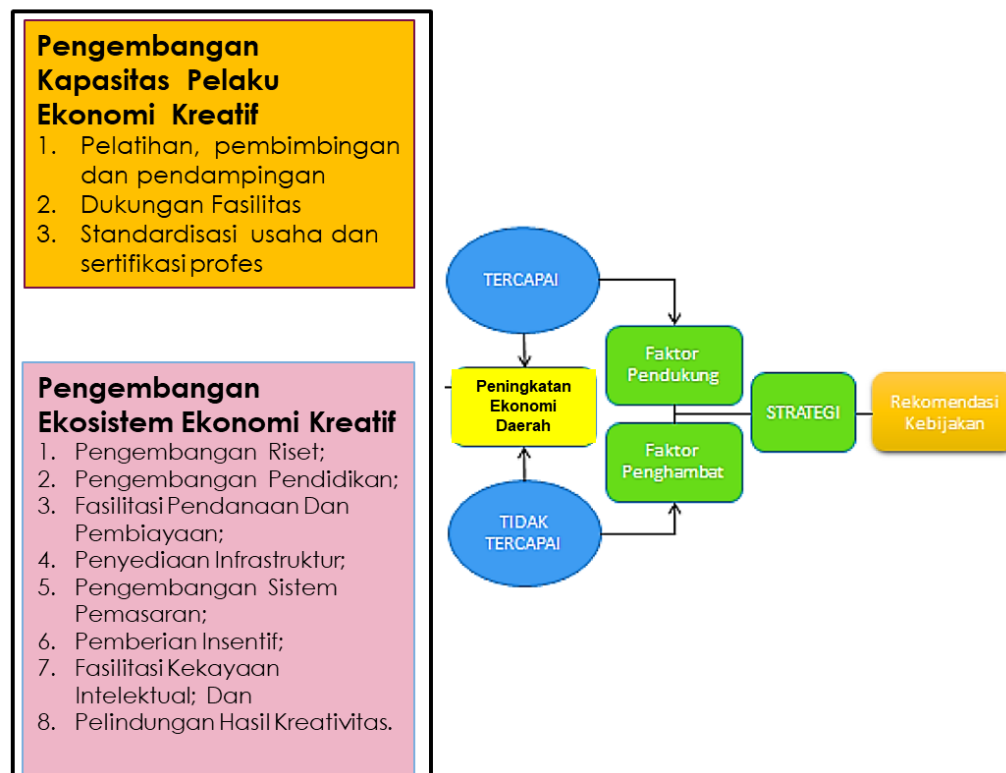
2. Untuk Mengetahui Tervalidasinya data ekonomi kreatif;

Data Pelaku Ekonomi Kreatif di Indramayu masih belum tertata dengan baik sehingga beberapa program terkait Ekonomi Kreatif masih belum maksimal. Penelitian ini salah satunya bisa digunakan untuk memvalidasi data Pelaku Ekonomi Kreatif dari DPMPTS Kabupaten Indramayu dan Data Pelaku Ekonomi Kreatif dari Dispara Kabupaten Indramayu.

3. Untuk Mengetahui Tersusunnya strategi Pemberdayaan Pelaku ekonomi Kreatif dalam mendukung Pariwisata untuk meningkatkan perekonomian.

Dari dua poin diatas sehingga kita bisa menyimpulkan kemudian merekomendasikan kepada stakeholder kebijakan untuk Menyusun strategi terkait Pemberdayaan Pelaku ekonomi Kreatif dalam mendukung Pariwisata untuk meningkatkan perekonomian.

Gambar 2.3: Kerangka Pikir Kajian Ekonomi Kratif



BAB 3: METODOLOGI

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian/Kelitbangan

Lokasi penelitian dalam kajian ini dilaksanakan di Kabupaten Indramayu Jawa Barat dengan lokus pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga. Waktu pelaksanaan penelitian ini selama 60 hari kerja yang dimulai pada minggu ke-2 bulan Mei 2023 sampai minggu ke 2 bulan Juli 2023. Adapun jadual pekerjaan dan uraian kegiatan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.1:
Jadual dan Kegiatan Kajian (dalam Minggu)

No.	Uraian Kegiatan	Mei		Juni				Juli	
		3	4	1	2	3	4	1	2
1.	Persiapan								
2.	Laporan Pendahuluan								
3.	Pengumpulan data								
4.	Pengolahan dan analisis data								
5.	Laporan Antara								
6.	Laporan Akhir								
7.	Penyerahan hasil pekerjaan								

B. Pendekatan Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan karena dianggap mampu memberikan pemahaman yang mendalam dan rinci berkaitan dengan suatu peristiwa atau gejala sosial yang dalam hal ini berupa perkembangan dan dinamika Ekonomi Kreatif yang ditempatkan dalam konteks peningkatan Ekonomi Daerah khususnya Pelaku Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengetahui kondisi permasalahan penelitian yang didasarkan pada pembentukan pemahaman yang diikat oleh teori terkait dan penafsiran atas fakta kajian. Data yang dihasilkan melalui pendekatan ini merupakan hasil pengamatan dari kegiatan penelitian terhadap Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata. Data tambahan yang berkaitan dengan topik

penelitian didapatkan melalui studi dokumen yang relevan dengan fokus penelitian. Studi dokumen digunakan untuk mengumpulkan semua data dan informasi yang terkait dengan gambaran umum Ekonomi Kreatif yang menjadi obyek penelitian, Pelaku Ekonomi Kreatif, Pemberdayaan Kapasitas Pelaku dan Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif yang ada di Kabupaten Indramayu sehingga dapat melihat pola perkembangannya. Pemanfaatannya diarahkan untuk memperkaya substansi temuan pendekatan kualitatif maupun untuk memperkuat basis teoritis kajian.

C. Metode Pengumpulan Data

1) Sumber data.

Data kualitatif yang dihasilkan selama penelitian ini dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu:

- a. Data hasil pengamatan: tulisan dalam bentuk deskripsi mengenai situasi, kejadian/peristiwa, orang-orang, interaksi dan perilaku yang diamati secara langsung di lapangan, data hasil pembicaraan berupa kutipan langsung dari pernyataan responden yang menjadi narasumber, mengenai pengalaman, sikap, keyakinan dan pandangan/pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara dengan peneliti maupun saat melakukan kelompok diskusi terarah (FGD).

Sumber data pada kelompok ini adalah:

- Pejabat dan staf DISPARA Kabupaten Indramayu
- Pejabat dan staf PTMPMST Kabupaten Indramayu
- Pejabat dan staf Bappeda-litbang Kabupaten Indramayu
- Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Indramayu
- Asosiasi Subsektor Pelaku Ekonomi Kreatif
- Pelaku Ekonomi Kreatif
- Tokoh masyarakat
- Masyarakat umum

- b. Data tertulis: petikan atau keseluruhan bagian dari dokumen yang berkaitan dengan keberadaan pelaku usaha dan Ekonomi Kreatif yang dikeluarkan oleh badan-badan resmi.

Data primer dikumpulkan dari pelaku Ekonomi Kreatif sebagai pelaku Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata meliputi karakteristik individu, jenis usaha dan persepsinya terhadap Pemberdayaan Ekonomi Kreatif, baik dalam meningkatkan kapasitas pelaku ataupun dengan peningkatan ekosistem ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi daerah.

2) Teknik pengumpulan data.

Pengumpulan data dilakukan melalui kombinasi pendekatan wawancara individual (indepth interview) telaah mendalam dilakukan Pelaku Ekonomi Kreatif, Komite Ekonomi Kreatif dan aparat pemerintahan daerah serta dilakukan juga diskusi kelompok terarah (FGD) dalam pengumpulan data yang diberikan kepada para pelaku ekonomi kreatif dan instansi terkait di Pemerintahan Kabupaten Indramayu.

Pengumpulan data dalam kajian ini dilakukan melalui penggabungan atau kolaborasi dari beberapa pengumpulan data penelitian yaitu:

1) Wawancara mendalam (Depth Interview)

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan secara "lisan" secara mendetail dan mendalam kepada informan kunci. Tujuannya adalah untuk menggali dan menemukan fenomena penelitian yang sebenarnya dan mengetahui sesuai tema penelitian secara lebih mendalam. Sasaran yang dituju dalam teknik wawancara semi terstruktur ini adalah informan kunci yang berasal dari Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan masyarakat yang memperoleh manfaat dari keberadaan Ekonomi Kreatif baik secara langsung maupun tidak langsung serta pejabat pemerintah yang mengetahui lebih detail mengenai Ekonomi Kreatif dari proses awal berdirinya sampai berlangsung yang berhubungan dengan memberdayakan masyarakat secara utuh khususnya secara ekonomi.

2) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap fenomena atau gejala yang terjadi selama proses penelitian seperti perilaku seseorang, keadaan, kondisi dan sebagainya. Tujuannya adalah untuk mengamati secara langsung dari kelompok masyarakat dan beberapa objek observasi lainnya yang erat kaitannya dengan tujuan penelitian. Bentuk observasi yang dilakukan dalam kajian ini adalah observasi "non-partisipan", dimana

aktivitas observasi dilakukan dengan tidak melibat diri secara langsung ke dalam aktivitas yang dilakukan masyarakat seperti obyek penelitian, melainkan hanya mengamati proses aktivitas yang sedang berlangsung. Sasaran observasi ditunjukkan pada beberapa aspek yaitu: (1) proses kegiatan dan keberlangsungan Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata di masyarakat, (2) kegiatan peningkatan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kratif, (3) mengevaluasi Peningkatan Ekosistem Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata.

- 3) Dokumentasi Dalam kaitannya dengan penelitian yang dilakukan, data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi ini sesuai metodologi penelitian yang diharapkan.

D. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data menurut Patton, adalah proses untuk mengatur urutan data, mengorganisir ke dalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar. Analisis data ditempuh dengan pengupasan secara cermat berdasar teori (*analitic*), dengan penafsiran (*intepretatic*) yang utuh menyeluruh (*holistic*), memadukan berbagai gejala yang berbeda, bertentangan, paradoks (*sintetic*), menyerap berbagai gejala dan fenomena menurut berbagai pandangan dan pola laku (*syncretism inductive*), dan terkait dengan nilai (*value bond*) (Leksono, 2008). Proses pengerjaan analisis dilakukan sejak awal bersamaan dengan saat pengumpulan data dan informasi berlangsung, menurut perspektif *emic* yakni informasi yang disampaikan informan (sebagai aktor/pelaku) menurut sudut pandang pelaku, peneliti tidak memaksakan pandangannya sendiri. Peneliti melaksanakan tanpa generalisasi, tak berstruktur, sehingga dapat memusatkan perhatian penuh pada konsep-konsep atau nilai yang termuat dalam informasi. Hal ini berlainan dengan sudut pandang *ethic* (pandangan peneliti) adalah informasi yang diintepretasi berdasar sudut pandang peneliti, karena terdapat alasan penting untuk memperoleh data dan informasi tertentu yang bersumber dari pertanyaan, wawancara dan observasi yang dilakukan secara langsung di lapangan. Namun, ketika harus dikonstruksi sebuah teori (baru), maka terhadap data yang bersifat *emic* tersebut memerlukan pengolahan, analisis, intepretasi-pemaknaan tertentu berdasar teori. Untuk menjawab tujuan dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

Analisis deskriptif ini digunakan untuk menjawab tujuan dalam kajian ini yaitu menggambarkan kondisi eksisting Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata di Kabupaten Indramayu dan merumuskan model dalam pemberdayaan Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata sehingga dapat mendeskripsikan bagian yang diamati berdasarkan data-data yang dikumpulkan dengan memasukkan hal-hal penting yang diamati pada penelitian ini.

E. Variabel Dan Indikator

Dari perumusan masalah tersebut, dapat dilihat bahwa variabel utama pada kajian pendayagunaan Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata dalam rangka peningkatan Perekonomian Daerah adalah:

- Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata di Kabupaten Indramayu; dan
- Peningkatan Perekonomian Daerah sebagai *multiflier effect*.

Untuk dapat mengetahui kondisi Ekonomi Kreatif terkini dan faktor-faktor yang mempengaruhinya maka dari variabel-variabel tersebut dikembangkan dengan indikator-indikator. Penentuan indikator kajian dilakukan melalui proses penelahaan *literature study*. Secara *specific*, Pengembangan Ekonomi Kreatif Berdasarkan UU No 24 Tahun 2019 yaitu sebagai berikut:

1. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif:

- a. Pelatihan, pembimbingan teknis, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial Pelaku Ekonomi Kreatif;
- b. Dukungan fasilitasi untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha; dan
- c. Standardisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang Ekonomi Kreatif.

1. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif:

- a. pengembangan riset;
- b. pengembangan pendidikan;
- c. fasilitasi pendanaan dan pembiayaan;
- d. penyediaan infrastruktur;
- e. pengembangan sistem pemasaran;
- f. pemberian insentif;

- g. fasilitasi kekayaan intelektual; dan
- h. perlindungan hasil kreativitas.

F. Pengukuran

Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dalam Menunjang Pariwisata untuk Peningkatan Perekonomian Daerah diukur dengan adanya upaya untuk mendatangkan hasil dan manfaat melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif agar terjadi peningkatan kegiatan ekonomi oleh masyarakat. Untuk dapat mengetahui upaya Pemberdayaan Ekonomi Kreatif yang selama ini dilakukan dan bagaimana dampaknya terhadap peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat pedesaan, maka diperlukan indikator-indikator.

Sebagaimana uraian sebelumnya bahwa indikator-indikatornya merujuk pada UU No 24 Tahun 2019 yaitu sebagai berikut: 1. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif: a. Pelatihan, pembimbingan teknis, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial Pelaku Ekonomi Kreatif; b. Dukungan fasilitasi untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha; dan c. Standardisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang Ekonomi Kreatif. Dan yang ke 2. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif: a. pengembangan riset; b. pengembangan pendidikan; c. fasilitasi pendanaan dan pembiayaan; d. penyediaan infrastruktur; e. pengembangan sistem pemasaran; f. pemberian insentif; g. fasilitasi kekayaan intelektual; dan h. perlindungan hasil kreativitas.

Masing-masing indikator dikembangkan menjadi pertanyaan-pertanyaan untuk wawancara dengan para responden (Pelaku Ekonomi Kreatif). Pertanyaan masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

1. Pedoman Wawancara

Dalam memperoleh data, peneliti akan menggunakan wawancara sebagai instrumen utama. Pedoman wawancara disusun untuk memudahkan peneliti dalam melakukan wawancara kepada informan sehingga dapat menghasilkan informasi yang akurat. Berikut merupakan pedoman wawancara yang telah disusun oleh penulis sebagai pedoman dalam melakukan wawancara.

- A. Fokus Penelitian: Kajian Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah.
- B. Aspek Kajian: Pengembangan Ekonomi Kreatif (Organisasi, Interpretasi, UU No 24 Tahun 2019).

2. Pertanyaan Wawancara

II. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif (X1)

A. Pelatihan & Pembimbingan Teknis

1. Mulai tahun berapa Bapak/Ibu terjun di usaha ini?
2. Apakah Bpk/Ibu pernah mengikuti program Pelatihan mengenai Ekonomi Kreatif dari pemerintah/komunitas/asosiasi/akademisi?
3. Apakah Pelatihan Ekonomi Kreatif berpengaruh terhadap usaha Bapak/Ibu ?
4. Bagaimana (metode / penyampaian) pembimbingan teknis yang telah disampaikan kepada pelaku Ekonomi Kreatif mudah dipahami?
5. Apakah pembimbingan teknis mengenai Ekonomi Kreatif yang telah diberikan kepada Bpk/Ibu berpengaruh kepada usaha Bapak/Ibu?

B. Pendampingan Untuk Meningkatkan Kemampuan Teknis

1. Apakah Pendampingan Ekonomi Kreatif yang telah diberikan kepada Bpk/Ibu berpengaruh terhadap usaha Bapak/Ibu?
2. Apakah Pendampingan Ekonomi Kreatif yang telah diberikan kepada Bpk/Ibu berpengaruh kepada Kemampuan Sumber Daya Manusia?

C. Dukungan Fasilitasi Untuk Menghadapi Perkembangan Teknologi Di Dunia Usaha

1. Apakah dukungan Fasilitasi Teknologi yang di berikan kepada Bpk/Ibu sudah sesuai apa yang diharapkan?
2. Apakah Teknologi saat ini yang digunakan Bpk/Ibu sudah memenuhi untuk meningkatkan kapasitas Produksi & Penjualan?

D. Standardisasi Usaha

1. Apakah Standarisasi Usaha Produk / Jasa Bpk/Ibu saat Ini sudah sesuai dengan aturan pemerintah?
2. Apakah penerapan standarisasi usaha Bpk/Ibu berpengaruh terhadap usaha Bapak/Ibu?

E. Sertifikasi Profesi Bidang Ekonomi Kreatif

1. Apakah Bpk/Ibu sudah mengikuti Sertifikasi Profesi Bidang Ekonomi Kreatif ?
2. Apakah setelah mengikuti Serifikasi Profesi bidang Ekonomi Kreatif berpengaruh terhadap Tingkat kemampuan Bpk/Ibu dalam hal menciptakan produk berkualitas & penerapan strategi penjualan produk / jasa?

3. Apakah setelah mengikuti Serifikasi Profesi bidang Ekonomi Kreatif berpengaruh terhadap penjualan produk / jasa?

III. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif (X2)

A. Pengembangan Riset

1. Apakah Bpk/Ibu sudah melakukan Inovasi produk dengan memodifikasi produk yang berbeda dari sebelumnya ?
2. Apakah Selama Ini Bpk/Ibu sudah melakukan Pengembangan Riset seperti Observasi / wawancara dan menganalisis sehingga bisa menciptakan Produk/Jasa Berdaya Saing Tinggi/Unggul?

B. Pengembangan Pendidikan

1. Apakah ada fasilitas/program dari pemerintah untuk meningkatkan Pendidikan/kemampuan para pelaku ekraf?
2. Apakah pernah mengikuti? Dan apakah berpengaruh terhadap usaha?

C. Fasilitasi Pendanaan Dan Pembiayaan

1. Apakah Bpk/Ibu sudah mendapatkan bantuan Pendanaan / Pembiayaan untuk pengembangan usaha?
2. Apakah pemberian bantuan Pendanaan / Pembiayaan untuk pengembangan usaha Bpk/Ibu sudah sesuai dengan kebutuhan usaha?

D. Pengembangan Sistem Pemasaran

1. Apakah penggunaan konsep dan strategi pemasaran yang Bpk/Ibu terapkan sudah dapat meningkatkan hasil jual produk?
2. Apakah Sistem pemasaran / promosi Produk/Jasa yang dilakukan Bpk/Ibu sudah menggunakan Era 4.0 (Era Digitalisasi) ? Contoh : Media Sosial, E-Commerce & Website

E. Pemberian insentif

1. Apakah adanya insentif/kompensasi/penghargaan dari pemerintah terhadap komunitas ekraf?
2. Apakah berpengaruh terhadap pengembangan usaha Bpk/Ibu sudah sesuai dengan kebutuhan usaha?

F. Fasilitasi Kekayaan Intelektual

1. Apakah Usaha Produk / Jasa yang Bpk/Ibu miliki sudah mendapatkan Hak Paten/HKI yang Fasilitasi oleh Pemerintah Daerah?
2. Adakah program dari pemerintah yang membantu pengurusan HKI tersebut?

A. perlindungan hasil kreativitas

1. Apakah Usaha Produk / Jasa yang Bpk/Ibu miliki sudah mendapatkan Hak Paten/HKI?
2. Apakah Bpk/Ibu belum memahami pentingnya memiliki Hak Paten /HKI dalam suatu Produk / Jasa?penyertaannya serta jumlah asset yang dimiliki

Setelah masing-masing indikator diberikan rangking klastering berdasarkan masing-masing pertanyaan maka dapat disimpulkan faktor-faktor pendukung dan pengahambatnya terkait pemberdayaan ekonomi kreatif dengan tujuan akhir peningkatan pendapatan pelaku ekraf yang akhirnya peningkatan ekonomi daerah. Dalam kajian ini tidak menentukan kategori tingkat pemberdayaan ekonomi kreatif sebagaimana dijelaskan dalam UU No 24 Tahun 2019, sebab penentuan kategori pemberdayaan ekonomi kreatif tingkat Kabupaten. Hasil evaluasi tersebut menghasilkan banyaknya sektor ekonomi kreatif dan Jumlah pelaku ekonomi kreatif.

Hasil kajian ini hanya menjadi gambaran kondisi Ekonomi Kreatif di Kabupaten Indramayu sebagai bahan masukan rekomendasi kebijakan pengembangan Ekonomi Kratif lebih lanjut.

G. Keabsahan Data Dan Informasi

Untuk mempertanggungjawabkan nilai ilmiah kajian ini, maka diperlukan prosedur pemeriksaan data sebagai bentuk pembaharuan dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reabilitas) yang dikenal dalam penelitian kuantitatif. Keabsahan data dan informasi perlu memenuhi empat kriteria yaitu derajat kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), ketergantungan (dependability), dan kepastian (confirmability), (Moleong, 2006). Credibility diartikan semacam validasi internal dalam non kualitatif berfungsi sebagai inkuiri sedemikian rupa, sehingga dapat tercapai tingkat kepercayaan dan untuk menunjukkan tingkat kepercayaan hasil temuan dengan pembuktian terhadap kenyataan ganda.

Untuk memenuhi kriteria kepercayaan ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penelitian dalam cakupan waktu yang cukup panjang;

2. Ketekunan pengamatan;
 3. Triangulasi sumber informasi dan teori;
 4. Pengecekan sejawat melalui diskusi;
 5. Kecukupan referensi wawancara dan pengamatan;
 6. Kajian fenomena yang kecenderungannya berbeda dengan pola ciri informasi sebagai pembanding;
- Pengecekan anggota yang turut serta membantu menggali informasi.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Secara umum, semua sub sektor dari ekonomi kreatif ternyata tumbuh dan berkembang di Kabupaten Indramayu. Sebagai salah satu penghasil ikan, padi, garam dan rumput laut yang terbesar di Jawa Barat dan salah satu yang terbesar di Indonesia, industri kreatif di Kabupaten Indramayu memang terus mengalami perkembangan. Hal ini terlihat dari banyak dan beragamnya pelaku industri kreatif. Berikut disajikan tabel jenis usaha ekonomi kreatif yang telah bekerjasama dengan Pemerintah Kota Semarang, dalam hal ini even pameran ekonomi kreatif. Data pelaku ekonomi kreatif didapatkan dari Komite Ekonomi Kota Semarang dan penelusuran melalui Koordinator sub sektor Ekonomi Kabupaten Indramayu. Data tersebut berbasis komunitas dan tiap sub sektor memiliki koordinatornya masing-masing.

Tabel 4.1 di bawah ini menunjukkan jumlah pelaku ekonomi kreatif pada tahun 2023 yang bergabung dalam naungan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Indramayu. Kabupaten Indramayu saat ini telah memiliki pelaku dalam 11 subsektor ekonomi kreatif, sedangkan ditahun 2022 hanya 9 sub sektor ekonomi kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Indramayu telah berkembang secara signifikan. Dari 17 subsektor, Kabupaten Indramayu memiliki 11 sub sektor utama Ekonomi Kreatif, yaitu Aplikasi, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fesyen, Film, Animasi dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Seni Pertunjukan, Seni Rupa menjanjikan karena permintaan yang masih tinggi.

Subsektor musik sangat potensial untuk dikembangkan karena komunitas atau pelakunya yang banyak. Berdasarkan informasi tabel 4.1 diketahui bahwa 3 sub sektor utama ekonomi kreatif di Kabupaten Indramayu yaitu kuliner (39 %), Fesyen (11 %) dan kriya (32 %).

Tabel 4.1 Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif Tahun 2023

No	SUB SEKTOR	Juni 2023 (DISPARA)	Obyek Penelitian (DPMPT)
1	Aplikasi	1	
2	Desain Komunikasi Visual	1	
3	Desain Produk	2	
4	Fesyen	17	
5	Film, Animasi dan Video	8	
6	Fotografi	2	
7	Kriya	50	
8	Kuliner	62	
9	Musik	2	
10	Seni Pertunjukan	7	
11	Seni Rupa	6	
	Cakupan Aktivitas Pariwisata Dalam KBLI		
12	Food and beverage serving activities		3,091
13	Cultural Activities		78
14	Sports and Recreational Activities		84
		158	3,253

B. Hasil dan Pembahasan.

Hasil dan pembahasan dalam kajian ini masing-masing dapat diuraikan ke dalam 4 (empat) bagian sebagai berikut:

1. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif

a. Pelatihan & Pembimbingan Teknis

Pelatihan & Pembimbingan Teknis bagi Pelaku Ekonomi Kreatif adalah program pendidikan dan dukungan yang ditujukan untuk individu atau kelompok yang aktif bergerak dalam industri kreatif. Program ini dirancang untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan dukungan yang khusus sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku ekonomi kreatif. Berikut adalah poin-poin penting yang biasanya menjadi fokus dalam program Pelatihan & Pembimbingan Teknis bagi Pelaku Ekonomi Kreatif:

1. Keterampilan Praktis: Program ini akan memberikan keterampilan praktis yang relevan dengan industri kreatif tertentu, seperti keterampilan seni dan desain, teknologi digital, produksi media, manajemen proyek, atau keahlian teknis lainnya sesuai dengan kebutuhan peserta.
2. Pengembangan Produk dan Layanan: Para pelaku ekonomi kreatif sering membutuhkan bantuan dalam mengembangkan produk atau layanan mereka agar lebih kompetitif di pasar. Program ini dapat membantu dalam merancang, mengembangkan, dan meningkatkan produk atau layanan yang inovatif dan menarik.
3. Pemasaran dan Promosi: Program ini akan membantu para pelaku ekonomi kreatif dalam memahami strategi pemasaran dan promosi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan mencapai audiens yang lebih luas.
4. Manajemen Keuangan: Aspek keuangan juga penting dalam ekonomi kreatif. Program ini akan memberikan pemahaman tentang manajemen keuangan yang baik, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan pendapatan, dan keuangan bisnis secara keseluruhan.
5. Pengelolaan Hak Kekayaan Intelektual: Para pelaku ekonomi kreatif harus memahami dan melindungi hak kekayaan intelektual mereka, seperti hak cipta, merek dagang, dan paten. Program ini akan membantu mereka dalam hal ini.
6. Kolaborasi dan Jaringan: Program ini mungkin juga mendorong kolaborasi antara pelaku ekonomi kreatif dan membantu mereka dalam membangun jaringan yang bermanfaat untuk pertukaran ide, peluang bisnis, dan dukungan.
7. Dukungan Mentoring dan Konseling: Selain pelatihan, program ini juga dapat menyediakan dukungan mentoring dan konseling dari para ahli atau praktisi berpengalaman dalam industri kreatif.

8. Pengembangan Rencana Bisnis: Bagi pelaku ekonomi kreatif yang ingin mengembangkan usaha mereka, program ini dapat membantu mereka merancang rencana bisnis yang solid dan berkelanjutan.

Program Pelatihan & Pembimbingan Teknis bagi Pelaku Ekonomi Kreatif bertujuan untuk memberdayakan para pelaku ekonomi kreatif agar mampu meningkatkan kualitas karya mereka, mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka, dan mendukung pertumbuhan ekonomi melalui kontribusi sektor kreatif.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **59% pernah melakukan atau mengikuti** program pelatihan & Bimbingan Teknis tetapi, hasilnya (**66%**) **tidak berpengaruh** terhadap usahanya, dikarenakan beberapa sebab, misalnya metode/penyampaiannya kurang bisa difahami.

b. Pendampingan Untuk Meningkatkan Kemampuan Teknis

Pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis pelaku ekonomi kreatif adalah proses dukungan dan bimbingan yang diberikan oleh ahli atau mentor kepada individu atau kelompok yang aktif bergerak dalam industri kreatif. Pendampingan bertujuan untuk membantu para pelaku ekonomi kreatif dalam mengembangkan dan meningkatkan keterampilan teknis yang relevan dengan pekerjaan atau bidang industri kreatif yang mereka geluti.

Berikut adalah beberapa cara pendampingan dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan teknis pelaku ekonomi kreatif:

1. Pelatihan Khusus: Pendampingan dapat melibatkan pelatihan khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan individu atau kelompok. Pelatihan ini dapat mencakup keterampilan seni dan desain, teknologi digital, produksi media, manajemen proyek, pemasaran, dan lain-lain.
2. Praktik Kerja Lapangan: Pendampingan dapat mencakup penerapan langsung keterampilan teknis dalam situasi kerja nyata. Pelaku ekonomi kreatif dapat ditempatkan dalam lingkungan kerja atau proyek kolaboratif untuk mendapatkan pengalaman praktis yang berharga.

3. **Konseling dan Umpan Balik:** Pendamping dapat memberikan konseling dan umpan balik yang konstruktif terhadap karya atau produk pelaku ekonomi kreatif. Umpan balik ini membantu mereka dalam mengidentifikasi kekuatan dan area perbaikan dalam karya mereka.
4. **Pemecahan Masalah:** Pendampingan dapat membantu pelaku ekonomi kreatif dalam mengatasi tantangan teknis yang mereka hadapi dalam produksi atau bisnis. Mereka dapat bekerja bersama untuk menemukan solusi kreatif.
5. **Pengelolaan Proyek:** Pendampingan dapat membantu dalam pengelolaan proyek, termasuk perencanaan dan pemantauan proyek untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan proyek.
6. **Penerapan Teknologi Baru:** Dalam era digital, teknologi sering menjadi bagian penting dalam ekonomi kreatif. Pendampingan dapat membantu dalam penerapan teknologi baru dan memberikan pemahaman tentang bagaimana teknologi tersebut dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi karya.
7. **Kolaborasi dan Jaringan:** Pendampingan dapat membantu pelaku ekonomi kreatif untuk berkolaborasi dengan pihak lain atau membangun jaringan dengan profesional atau institusi terkait.

Pendampingan dalam meningkatkan kemampuan teknis pelaku ekonomi kreatif memiliki peran yang krusial dalam mengembangkan bakat dan potensi kreatif mereka. Dengan dukungan yang tepat, para pelaku ekonomi kreatif dapat mencapai prestasi yang lebih tinggi dan berkontribusi secara lebih signifikan dalam industri kreatif.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **66 % belum pernah melakukan atau mengikuti** program Pendampingan Untuk Meningkatkan Kemampuan Teknis tetapi, sehingga para pelaku ekonomi kreatif tidak bisa memaksimalkan dalam penjualan produk / jasanya.

c. Dukungan Fasilitasi Untuk Menghadapi Perkembangan Teknologi Di Dunia Usaha

Dalam menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha ekonomi kreatif, dukungan fasilitasi sangat penting untuk membantu pelaku ekonomi kreatif beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas karya dan daya saing mereka. Berikut adalah beberapa bentuk dukungan fasilitasi yang dapat diberikan:

1. Akses ke Teknologi dan Infrastruktur: Pemerintah atau lembaga lain dapat memberikan akses kepada pelaku ekonomi kreatif terhadap teknologi terkini dan infrastruktur yang dibutuhkan, seperti perangkat lunak desain, peralatan produksi media, atau platform digital untuk mempromosikan karya.
2. Pelatihan dan Pendidikan: Program pelatihan dan pendidikan khusus tentang teknologi baru dapat membantu para pelaku ekonomi kreatif untuk menguasai dan mengintegrasikan teknologi tersebut dalam proses kreatif dan bisnis mereka.
3. Kolaborasi dengan Industri Teknologi: Kolaborasi antara pelaku ekonomi kreatif dengan perusahaan teknologi atau ahli teknologi dapat memberikan akses ke pengetahuan dan keahlian dalam menerapkan teknologi yang relevan.
4. Dukungan Penelitian dan Pengembangan: Pemerintah atau lembaga lain dapat memberikan dukungan dalam penelitian dan pengembangan teknologi khusus yang relevan dengan industri kreatif, seperti teknologi virtual reality, augmented reality, atau kecerdasan buatan.
5. Pendampingan dan Konseling: Pendamping atau mentor yang ahli dalam teknologi dapat membimbing dan memberikan konseling kepada pelaku ekonomi kreatif dalam menghadapi tantangan teknologi.
6. Peluang Kolaborasi dan Proyek Bersama: Mendorong pelaku ekonomi kreatif untuk berkolaborasi dalam proyek bersama yang melibatkan teknologi dapat mendorong pertukaran ide dan pengalaman serta mempercepat penerapan teknologi dalam karya mereka.

7. Pemasaran dan Promosi Digital: Fasilitas dalam pemasaran dan promosi digital dapat membantu pelaku ekonomi kreatif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan menjangkau pasar internasional.
8. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Dukungan dalam perlindungan hak cipta dan hak kekayaan intelektual lainnya adalah krusial dalam melindungi karya-karya kreatif dari penyalahgunaan teknologi.
9. Akses ke Pendanaan: Pelaku ekonomi kreatif yang ingin mengadopsi teknologi mungkin memerlukan akses ke pendanaan untuk berinvestasi dalam teknologi yang diperlukan. Dukungan fasilitasi dapat membantu mereka dalam hal ini.

Melalui dukungan fasilitasi yang tepat, pelaku ekonomi kreatif dapat mengatasi tantangan yang dihadapi oleh perkembangan teknologi, dan sebaliknya, memanfaatkannya sebagai sarana untuk mengembangkan kreativitas dan menciptakan nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **66 % sudah memakai Fasilitasi Teknologi** sehingga dapat memenuhi untuk meningkatkan kapasitas Produksi & Penjualan.

d. **Standardisasi Usaha**

Standardisasi usaha pelaku ekonomi kreatif adalah proses mengadopsi dan menerapkan standard tertentu dalam industri kreatif untuk mencapai kualitas, konsistensi, dan keamanan dalam produk dan layanan yang dihasilkan. Standardisasi ini bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme, kepercayaan konsumen, dan daya saing industri kreatif secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam standardisasi usaha pelaku ekonomi kreatif:

1. Kualitas Produk dan Layanan: Standardisasi melibatkan penetapan kriteria dan panduan untuk mengukur kualitas produk dan layanan yang dihasilkan oleh pelaku ekonomi kreatif. Dengan mengadopsi standard kualitas, mereka dapat memastikan bahwa karya-karya mereka memenuhi standard yang diterima secara industri.

2. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Standarisasi dalam perlindungan hak cipta, merek dagang, dan hak kekayaan intelektual lainnya penting untuk melindungi karya-karya kreatif dari penyalahgunaan atau pencurian.
3. Keamanan Produk dan Layanan: Standarisasi dapat mencakup aspek keamanan dalam produksi dan penyampaian produk dan layanan kreatif untuk melindungi konsumen dan pengguna dari bahaya potensial.
4. Etika dan Tanggung Jawab Sosial: Standarisasi dapat mencakup etika dan tanggung jawab sosial dalam produksi dan pemasaran karya-karya kreatif, seperti menghormati hak asasi manusia, menerapkan praktik berkelanjutan, dan menghindari konten yang merugikan.
5. Standar Teknologi: Dalam era digital, standarisasi teknologi penting untuk memastikan kompatibilitas dan interoperabilitas antara produk dan layanan kreatif dengan platform dan perangkat yang berbeda.
6. Pengukuran dan Evaluasi Kinerja: Standarisasi dapat mencakup pengukuran dan evaluasi kinerja dalam berbagai aspek usaha, seperti efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, atau dampak sosial dan ekonomi yang dihasilkan.
7. Pelatihan dan Pengembangan: Standarisasi dapat mencakup program pelatihan dan pengembangan bagi pelaku ekonomi kreatif untuk meningkatkan kompetensi dan kemampuan mereka dalam mencapai standar yang ditetapkan.
8. Sertifikasi dan Akreditasi: Sertifikasi atau akreditasi yang sesuai dapat diberikan kepada pelaku ekonomi kreatif yang memenuhi standar tertentu sebagai pengakuan atas kualitas dan keunggulan mereka.

Dengan adopsi standarisasi yang tepat, pelaku ekonomi kreatif dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan membuka peluang untuk berkompetisi di pasar lokal dan global. Standarisasi juga dapat membantu industri kreatif secara keseluruhan

tumbuh dan berkembang dengan cara yang berkelanjutan dan berdampak positif.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **66 % sudah Standarisasi Usaha Produk / Jasa** akan tetapi pelaku ekonomi kreatif **66% belum berpengaruh** terhadap perkembangan usaha para pelaku.

e. Sertifikasi Profesi Bidang Ekonomi Kreatif

Sertifikasi profesi pelaku ekonomi kreatif adalah proses pengakuan resmi dan formal terhadap kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan individu atau kelompok yang beroperasi dalam industri kreatif. Sertifikasi ini bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme, memastikan standar kualitas, dan memberikan kepercayaan kepada pelaku ekonomi kreatif yang telah memenuhi persyaratan tertentu. Berikut adalah beberapa hal yang perlu dipahami tentang sertifikasi profesi pelaku ekonomi kreatif:

1. Jenis Sertifikasi: Sertifikasi profesi pelaku ekonomi kreatif dapat beragam, tergantung pada jenis industri kreatif yang dijalankan oleh individu atau kelompok. Contoh sertifikasi dapat meliputi desainer grafis bersertifikat, produser media bersertifikat, seniman bersertifikat, manajer proyek kreatif bersertifikat, dan lain-lain.
2. Persyaratan Sertifikasi: Untuk memperoleh sertifikasi, para pelaku ekonomi kreatif harus memenuhi sejumlah persyaratan tertentu, seperti pendidikan atau pelatihan khusus, pengalaman kerja yang relevan, atau hasil ujian dan evaluasi tertentu.
3. Lembaga Sertifikasi: Sertifikasi profesi pelaku ekonomi kreatif biasanya diberikan oleh lembaga atau organisasi yang memiliki otoritas dan kredibilitas dalam industri kreatif. Lembaga ini dapat menjadi badan pemerintah, asosiasi profesional, atau lembaga independen yang terkait dengan industri tersebut.
4. Manfaat Sertifikasi: Memperoleh sertifikasi dapat memberikan sejumlah manfaat bagi para pelaku ekonomi kreatif, termasuk meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen, memperluas

peluang karir, meningkatkan akses ke proyek atau pasar tertentu, dan membedakan diri dari pesaing di industri.

5. Pembaruan dan Pemeliharaan: Beberapa sertifikasi mungkin memerlukan pembaruan secara berkala atau pemeliharaan keterampilan untuk tetap relevan dengan perkembangan industri kreatif.
6. Standard Profesi: Sertifikasi didasarkan pada standard profesi yang telah ditetapkan untuk memastikan bahwa para pelaku ekonomi kreatif memenuhi kompetensi dan etika yang sesuai.
7. Akreditasi dan Pengakuan: Sertifikasi yang diberikan oleh lembaga yang diakui dan diakreditasi dapat memiliki nilai lebih dalam pasar kerja dan industri.

Melalui sertifikasi profesi pelaku ekonomi kreatif, para profesional dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap standar kualitas tinggi, memperkuat reputasi mereka dalam industri, dan meningkatkan kesempatan untuk berkontribusi secara lebih signifikan dalam ekonomi kreatif.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **69 % belum mengikuti Serifikasi Profesi bidang Ekonomi Kreatif** sehingga para pelaku ekonomi kreatif tidak bisa memaksimalkan dalam penjualan produk / jasanya.

2. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif

a. Pengembangan Riset

Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dengan pengembangan riset adalah pendekatan yang berfokus pada penguatan dan pertumbuhan industri kreatif melalui penelitian dan inovasi. Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang mencakup berbagai bidang seperti seni, budaya, media, desain, teknologi, dan hiburan. Dalam beberapa tahun terakhir, ekonomi kreatif telah menjadi motor pertumbuhan ekonomi di banyak negara.

Pengembangan riset dalam ekonomi kreatif dapat berkontribusi secara signifikan dalam beberapa cara:

1. Identifikasi potensi pasar: Riset dapat membantu mengidentifikasi peluang pasar yang baru dan menentukan permintaan konsumen, tren, dan preferensi. Informasi ini memungkinkan para pelaku ekonomi kreatif untuk mengarahkan upaya mereka pada produk atau layanan yang tepat.
2. Inovasi produk dan layanan: Penelitian memungkinkan pengembangan produk dan layanan baru yang kreatif dan inovatif. Ini akan meningkatkan daya saing industri kreatif dan membantu mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.
3. Pengembangan bakat dan keterampilan: Riset dapat membantu dalam mengidentifikasi kebutuhan keterampilan di industri kreatif dan menyediakan arahan bagi pengembangan bakat yang relevan. Ini memastikan ketersediaan tenaga kerja yang berkualitas dan berpengetahuan tinggi di sektor ini.
4. Pengembangan infrastruktur: Penelitian dapat membantu mengidentifikasi kebutuhan infrastruktur fisik dan digital untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Dengan memahami kebutuhan ini, pemerintah dan pemangku kepentingan lain dapat mengalokasikan sumber daya secara efisien.
5. Pengukuran dampak ekonomi: Riset dapat membantu dalam mengukur dampak ekonomi dari industri kreatif, termasuk kontribusinya terhadap PDB, lapangan kerja, dan penerimaan pajak. Data ini memberikan legitimasi dan dorongan bagi pemerintah dan organisasi untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif.
6. Pengembangan ekosistem: Melalui penelitian, ekosistem ekonomi kreatif dapat dipahami secara lebih baik, termasuk sinergi antara sektor budaya, pendidikan, teknologi, dan ekonomi. Dengan memahami interaksi di dalamnya, pemangku kepentingan dapat bekerja sama untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi kreatif.

Dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif melalui riset, kerjasama antara pemerintah, universitas, sektor swasta, dan komunitas kreatif menjadi sangat penting. Program dukungan dan pendanaan bagi penelitian di sektor ini juga merupakan faktor kunci dalam memastikan kesinambungan pertumbuhan ekonomi kreatif dan menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **97 % sudah melakukan Pengembangan ekosistem riset** sehingga hasilnya **mayoritas pelaku 90%** sehingga bisa menciptakan Produk/Jasa Berdaya Saing Tinggi/Unggul.

b. Pengembangan Pendidikan

Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif melalui pengembangan pendidikan merupakan strategi yang penting untuk menciptakan generasi muda yang kreatif, inovatif, dan siap menghadapi tantangan di industri kreatif. Pendidikan memiliki peran sentral dalam membentuk dan memberdayakan individu untuk mengembangkan potensi kreatif mereka dan mengintegrasikan diri ke dalam industri kreatif. Berikut adalah beberapa cara bagaimana pengembangan pendidikan dapat berkontribusi dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif:

1. Mendorong kesadaran tentang ekonomi kreatif: Sistem pendidikan harus menyediakan informasi dan edukasi tentang ekonomi kreatif, termasuk kesempatan dan potensi karier yang ada dalam sektor tersebut. Ini akan membantu para siswa dan mahasiswa untuk memahami pentingnya industri kreatif dan membuka pikiran mereka terhadap peluang yang ada di dalamnya.
2. Integrasi keterampilan kreatif dalam kurikulum: Kurikulum pendidikan harus mencakup keterampilan kreatif seperti seni, desain, teknologi, dan komunikasi. Dengan memasukkan keterampilan ini dalam proses pembelajaran, siswa akan terlatih untuk berpikir kreatif, berinovasi, dan mengembangkan ide-ide baru yang relevan dengan ekonomi kreatif.

3. Pengembangan program khusus untuk industri kreatif: Pendidikan tinggi dan institusi pelatihan harus menciptakan program khusus yang menyediakan pelatihan dan pendidikan dalam bidang-bidang spesifik di ekonomi kreatif. Misalnya, program desain grafis, produksi film, pengembangan permainan, dan lain sebagainya. Hal ini akan mempersiapkan lulusan dengan keterampilan khusus yang sesuai dengan kebutuhan industri kreatif.
4. Kolaborasi antara pendidikan dan industri: Kerjasama antara institusi pendidikan dan industri kreatif sangat penting. Praktik magang, kunjungan industri, dan proyek bersama adalah beberapa cara di mana dunia pendidikan dapat terhubung dengan dunia industri. Ini akan membantu siswa untuk mendapatkan wawasan tentang industri, mengembangkan jaringan profesional, dan memahami kebutuhan dunia kerja.
5. Fasilitasi akses ke sumber daya kreatif: Pendidikan harus memberikan akses ke sumber daya kreatif seperti studio seni, perangkat lunak desain, ruang kerja kolaboratif, dan lain sebagainya. Dengan cara ini, siswa dan para praktisi di industri kreatif dapat mengembangkan keterampilan mereka dan mengeksplorasi potensi kreatif dengan lebih baik.
6. Pengembangan kewirausahaan: Selain memberikan pendidikan kreatif, sistem pendidikan juga harus mendorong kewirausahaan di kalangan siswa dan mahasiswa. Pendidikan harus membekali mereka dengan pengetahuan tentang pengelolaan bisnis, pemasaran, dan aspek-aspek lain yang relevan untuk menciptakan dan mengelola usaha di sektor ekonomi kreatif.

Dengan mengintegrasikan pengembangan ekonomi kreatif dalam sistem pendidikan, masyarakat akan menghasilkan sumber daya manusia yang berbakat dan berpotensi untuk menciptakan karya-karya inovatif, mendorong pertumbuhan industri kreatif, dan memperkuat ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhan.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **55 % belum mengikuti/mendapatkan fasilitas/program** untuk meningkatkan Pendidikan/ kemampuan para pelaku ekraf sehingga berpengaruh terhadap usahanya.

c. Fasilitas Pendanaan Dan Pembiayaan

Fasilitas pendanaan dan pembiayaan para pelaku ekonomi kreatif (ekraf) adalah langkah penting untuk mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan berdaya saing. Para pelaku ekraf, seperti seniman, desainer, pembuat film, pengembang permainan, dan lain sebagainya, seringkali memerlukan dukungan keuangan untuk mengembangkan ide-ide kreatif mereka menjadi produk atau layanan yang dapat dijual di pasar. Berikut adalah beberapa cara fasilitas pendanaan dan pembiayaan dapat berkontribusi dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif:

1. **Pendanaan dari sektor publik:** Pemerintah dapat memberikan dukungan keuangan langsung melalui program subsidi, hibah, atau pinjaman dengan bunga rendah untuk para pelaku ekraf. Ini membantu mengurangi beban keuangan awal dan mendorong inovasi dan eksperimen dalam industri kreatif.
2. **Investasi dari sektor swasta:** Pihak swasta, termasuk perusahaan dan lembaga investasi, dapat berperan sebagai investor dalam proyek-proyek ekraf yang menarik. Melalui pendanaan eksternal, pelaku ekraf dapat memperluas bisnis mereka, meningkatkan produksi, dan meningkatkan pemasaran.
3. **Crowdfunding:** Crowdfunding adalah cara di mana proyek atau inisiatif ekraf didanai oleh sejumlah orang yang berkontribusi dengan jumlah yang lebih kecil secara kolektif. Ini adalah cara yang populer bagi para pelaku ekraf untuk mendapatkan dana tanpa harus bergantung pada sumber pendanaan besar.
4. **Kemitraan dengan lembaga keuangan:** Para pelaku ekraf dapat bekerja sama dengan lembaga keuangan untuk mengakses produk dan layanan

keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti pinjaman khusus untuk proyek kreatif, kartu kredit dengan fitur khusus, atau rekening tabungan yang menawarkan manfaat tambahan.

5. Pendanaan melalui yayasan dan lembaga nirlaba: Beberapa yayasan dan lembaga nirlaba berfokus pada mendukung proyek-proyek kreatif yang memiliki dampak sosial atau budaya. Para pelaku ekraf dapat mencari pendanaan dari lembaga-lembaga ini yang berbagi visi dan misi yang sejalan dengan proyek mereka.
6. Program akselerator dan inkubator: Akselerator dan inkubator adalah program yang dirancang untuk membantu pelaku ekraf dalam mengembangkan bisnis mereka. Selain memberikan pelatihan dan mentorship, banyak program ini juga menyediakan akses ke jaringan investor dan sumber pendanaan lainnya.
7. Pendanaan melalui kontes dan penghargaan: Kontes dan penghargaan kreatif sering kali menyediakan hadiah berupa uang tunai atau bantuan keuangan lainnya bagi para pemenangnya. Para pelaku ekraf dapat mengikuti kontes-kontes ini sebagai cara untuk mendapatkan dana untuk mengembangkan proyek mereka.

Fasilitasi pendanaan dan pembiayaan ini bukan hanya tentang menyediakan dana, tetapi juga tentang menciptakan lingkungan yang mendukung, memfasilitasi koneksi antara pelaku ekonomi kreatif dengan para pemodal dan investor potensial, dan memberikan dukungan berkelanjutan bagi pertumbuhan dan kesuksesan sektor ekonomi kreatif secara keseluruhan.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **66 % belum mendapatkan bantuan Pendanaan / Pembiayaan untuk pengembangan usaha** sehingga para pelaku ekonomi kreatif belum bisa memaksimalkan dalam penjualan produk / jasanya.

d. Pengembangan Sistem Pemasaran

Pengembangan sistem pemasaran yang efektif adalah kunci untuk memajukan ekosistem ekonomi kreatif. Sistem pemasaran yang baik akan

membantu memperkenalkan produk dan layanan dari para pelaku ekonomi kreatif ke pasar yang lebih luas, mendukung pertumbuhan industri, dan menciptakan nilai tambah bagi masyarakat. Berikut adalah beberapa langkah dalam pengembangan sistem pemasaran untuk mendukung ekosistem ekonomi kreatif:

1. Penelitian pasar: Penting untuk melakukan penelitian pasar yang mendalam untuk memahami tren, kebutuhan, dan preferensi konsumen. Penelitian ini akan membantu para pelaku ekraf mengarahkan produk dan layanan mereka sesuai dengan permintaan pasar yang sebenarnya.
2. Membangun merek: Membangun merek yang kuat dan kohesif adalah aspek penting dalam pemasaran ekonomi kreatif. Merek yang baik mencerminkan identitas dan nilai-nilai unik dari para pelaku ekraf dan membantu menarik perhatian konsumen serta membedakan produk mereka dari pesaing.
3. Pemasaran digital: Internet dan media sosial telah menjadi saluran pemasaran yang sangat penting dalam ekonomi kreatif. Para pelaku ekonomi kreatif harus memanfaatkan platform online untuk memperluas jangkauan pasar mereka, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan karya-karya kreatif mereka.
4. Kemitraan dan kolaborasi: Kemitraan dengan pihak lain, termasuk merek lain, influencer, dan lembaga budaya, dapat membantu meningkatkan eksposur dan akses pasar bagi para pelaku ekraf. Kolaborasi juga dapat membawa inovasi dan menghasilkan produk atau layanan yang lebih menarik bagi konsumen.
5. Mengenal niche pasar: Identifikasi segmen pasar yang spesifik dan fokus pada pengembangan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar tersebut. Mengenal niche pasar yang unik dapat membantu para pelaku ekraf menghindari persaingan yang ketat dan menciptakan pasar yang lebih khusus.

6. Program pemasaran kreatif: Berinvestasi dalam program pemasaran kreatif seperti pameran seni, konser musik, festival, dan acara budaya lainnya dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang industri kreatif dan produk-produknya.
7. Menerapkan strategi pricing yang tepat: Menentukan harga yang sesuai untuk produk atau layanan adalah aspek penting dalam pemasaran. Strategi pricing yang tepat dapat menarik konsumen, memastikan keuntungan yang wajar, dan membantu memposisikan produk di pasar.
8. Penggunaan testimoni dan ulasan: Testimoni dan ulasan positif dari pelanggan dapat membantu membangun kepercayaan dan reputasi bagi para pelaku ekraf. Ini dapat dijadikan sebagai alat pemasaran efektif untuk menarik konsumen baru.

Dengan mengembangkan sistem pemasaran yang tepat, para pelaku ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing produk mereka, mencapai pasar yang lebih luas, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif secara keseluruhan. Penting untuk selalu mengikuti tren pemasaran terbaru dan beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku konsumen untuk tetap relevan dan berhasil di pasar yang dinamis ini.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **90 % sudah menggunakan konsep dan strategi pemasaran** seperti sosmed, marketplace dan WA sehingga para pelaku ekonomi kreatif bisa memaksimalkan dalam penjualan produk / jasanya.

e. Pemberian Insentif

Pemberian insentif merupakan salah satu cara efektif dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Insentif adalah kebijakan atau dukungan khusus yang diberikan oleh pemerintah atau lembaga lainnya untuk mendorong dan mendukung pertumbuhan sektor ekonomi kreatif. Beberapa bentuk insentif yang dapat diberikan untuk mendukung ekosistem ekonomi kreatif antara lain:

1. Pembebasan atau pengurangan pajak: Pemerintah dapat memberikan insentif berupa pembebasan atau pengurangan pajak bagi para pelaku ekonomi kreatif. Pembebasan pajak ini bisa berlaku untuk pendapatan, investasi, atau penjualan produk dan layanan kreatif. Dengan demikian, para pelaku ekraf dapat meningkatkan keuntungan mereka dan memiliki lebih banyak dana untuk mengembangkan usaha kreatif.
2. Bantuan keuangan dan subsidi: Pemerintah atau lembaga lainnya dapat memberikan bantuan keuangan atau subsidi untuk proyek-proyek kreatif tertentu. Subsidi ini dapat digunakan untuk mendukung produksi, penelitian, pengembangan produk, atau promosi.
3. Fasilitas kredit dan pinjaman dengan bunga rendah: Pemberian akses ke fasilitas kredit dan pinjaman dengan bunga rendah membantu para pelaku ekraf mengatasi tantangan dalam mendapatkan pembiayaan. Ini memudahkan mereka untuk mengembangkan proyek kreatif tanpa terbebani dengan beban bunga yang tinggi.
4. Pembentukan pusat inkubasi dan akselerator: Pemerintah atau lembaga lainnya dapat mendirikan pusat inkubasi dan akselerator untuk mendukung start-up dan bisnis kreatif. Melalui program-program ini, para pelaku ekraf dapat menerima bimbingan, pelatihan, dan mentorship untuk mengembangkan usaha mereka.
5. Perlindungan kekayaan intelektual: Perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual seperti hak cipta, merek dagang, dan paten merupakan bentuk insentif yang penting. Dengan melindungi hak kekayaan intelektual mereka, para pelaku ekonomi kreatif akan merasa lebih aman untuk berinovasi dan menghasilkan karya-karya kreatif tanpa takut dicuri atau disalahgunakan.
6. Pengurangan birokrasi dan regulasi: Pemerintah dapat menciptakan lingkungan yang ramah dan mendukung bagi para pelaku ekraf dengan mengurangi birokrasi dan regulasi yang berlebihan. Proses perizinan dan pengurusan bisnis yang lebih mudah akan membantu para pelaku ekonomi kreatif lebih fokus pada kreativitas dan pengembangan usaha.

7. Pengembangan infrastruktur dan fasilitas: Investasi dalam infrastruktur dan fasilitas yang relevan seperti studio seni, ruang kerja kolaboratif, galeri seni, atau pusat produksi film akan membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi kreatif.

Melalui pemberian insentif ini, ekosistem ekonomi kreatif dapat tumbuh dengan lebih cepat dan berkelanjutan. Insentif yang tepat akan mendorong lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam industri kreatif, menciptakan lapangan kerja baru, dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **52 % belum mendapatkan** insentif/kompensasi/penghargaan dari pemerintah terhadap komunitas ekraf sehingga para pelaku ekonomi kreatif belum bisa pengembangan usaha Bpk/Ibu sudah sesuai dengan kebutuhan usaha.

f. Fasilitasi Kekayaan Intelektual

Fasilitasi kekayaan intelektual merupakan langkah penting dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Kekayaan intelektual mencakup hak cipta, merek dagang, paten, desain industri, dan rahasia dagang yang melindungi kreasi kreatif dan inovasi dari penyalahgunaan dan penggunaan tanpa izin. Memfasilitasi kekayaan intelektual akan memberikan perlindungan hukum yang diperlukan bagi para pelaku ekonomi kreatif, sehingga mereka merasa aman untuk berinovasi dan berinvestasi dalam karya-karya kreatif. Berikut adalah beberapa cara fasilitasi kekayaan intelektual dapat berkontribusi dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif:

1. Pendaftaran kekayaan intelektual: Pemerintah harus menyediakan proses yang mudah dan terjangkau untuk mendaftarkan hak cipta, merek dagang, dan paten. Pendaftaran ini akan memberikan kekuatan hukum yang lebih kuat dalam melindungi karya-karya kreatif dan inovasi dari pelanggaran hak cipta atau tindakan tidak sah lainnya.

2. Edukasi dan kesadaran: Fasilitasi kekayaan intelektual juga mencakup edukasi dan peningkatan kesadaran tentang pentingnya perlindungan hukum untuk karya-karya kreatif. Para pelaku ekraf harus diberi pemahaman yang baik tentang hak-hak mereka dan bagaimana cara melindungi kekayaan intelektual mereka.
3. Penegakan hukum: Pemerintah harus memastikan adanya penegakan hukum yang efektif dalam kasus pelanggaran kekayaan intelektual. Hal ini akan memberikan sinyal kuat bahwa pelanggaran hak cipta dan tindakan tidak sah lainnya tidak akan ditoleransi, sehingga mendorong penghormatan terhadap kekayaan intelektual.
4. Pelatihan dan konsultasi: Menyediakan pelatihan dan konsultasi tentang kekayaan intelektual bagi para pelaku ekraf akan membantu mereka memahami aspek-aspek hukum yang terkait dengan kreasi kreatif mereka. Ini akan membantu mereka menghindari masalah hukum dan memanfaatkan hak-hak mereka secara optimal.
5. Perlindungan di tingkat internasional: Ekosistem ekonomi kreatif tidak terbatas oleh batas-batas nasional. Oleh karena itu, fasilitasi kekayaan intelektual juga harus melibatkan kerjasama internasional untuk memastikan perlindungan hak cipta dan kekayaan intelektual di berbagai negara.
6. Pemberian insentif: Memberikan insentif kepada para pelaku ekraf untuk mendaftarkan dan melindungi kekayaan intelektual mereka dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam proses pendaftaran hak-hak tersebut.

Melalui fasilitasi kekayaan intelektual yang baik, ekosistem ekonomi kreatif akan menjadi lingkungan yang lebih berdaya saing dan inovatif. Para pelaku ekraf akan merasa terdorong untuk berkreasi dan menghasilkan karya-karya berkualitas tinggi, karena mereka tahu bahwa karya-karya tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum yang layak dan dapat memberikan manfaat finansial yang lebih baik. Perlindungan kekayaan intelektual juga akan mendorong investasi dalam riset dan pengembangan, sehingga

menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi kreatif secara keseluruhan.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **66 % belum mendapatkan** Hak Paten/HKI yang Fasilitasi oleh Pemerintah Daerah, dikarenakan mereka belum mendapatkan informasi terkait program tersebut.

g. Pelindungan Hasil Kreativitas

Pelindungan hasil kreativitas adalah aspek kunci dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Melindungi hasil kreativitas, seperti karya seni, desain, musik, film, permainan, dan inovasi lainnya, akan memberikan insentif bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk terus berinovasi dan berinvestasi dalam kreasi kreatif. Berikut adalah beberapa cara pelindungan hasil kreativitas dapat berkontribusi dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif:

1. Perlindungan hak cipta: Hak cipta adalah bentuk pelindungan intelektual yang memberikan hak eksklusif kepada pencipta untuk menggunakan, mendistribusikan, dan memperbanyak karya mereka. Dengan memiliki hak cipta yang sah, para pelaku ekonomi kreatif dapat mengendalikan penggunaan dan distribusi karya mereka, sehingga mendorong mereka untuk terus berkreasi.
2. Merek dagang: Merek dagang melindungi identitas merek atau produk, dan memberikan kepercayaan dan kredibilitas kepada konsumen. Melalui merek dagang, para pelaku ekonomi kreatif dapat membedakan produk mereka dari pesaing, membangun citra merek yang kuat, dan menarik pelanggan setia.
3. Paten dan desain industri: Paten melindungi inovasi teknologi dan metode produksi yang baru, sedangkan desain industri melindungi tampilan estetika produk. Perlindungan ini mendorong para pelaku ekonomi kreatif untuk berinvestasi dalam penelitian dan

pengembangan, karena mereka tahu bahwa inovasi mereka akan terlindungi dan memberikan keuntungan kompetitif.

4. **Rahasia dagang:** Rahasia dagang melindungi informasi rahasia dan penting yang memberikan keunggulan kompetitif kepada pelaku ekonomi kreatif. Dengan melindungi rahasia dagang, para pelaku ekonomi kreatif dapat menjaga keunggulan mereka dan menghindari pengungkapan informasi yang berharga kepada pesaing.
5. **Pengawasan dan penegakan hukum:** Penting untuk memiliki pengawasan dan penegakan hukum yang efektif terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual. Dengan adanya pengawasan dan penegakan hukum yang baik, pelaku ekonomi kreatif merasa lebih aman dan terlindungi dari tindakan tidak sah yang dapat merugikan mereka.
6. **Edukasi dan kesadaran:** Penting untuk meningkatkan kesadaran tentang perlindungan hasil kreativitas di kalangan para pelaku ekraf. Edukasi tentang hak kekayaan intelektual dan cara melindunginya akan membantu mereka memahami pentingnya hak cipta dan insentif untuk melindungi karya-karya kreatif mereka.
7. **Kerjasama internasional:** Karya kreatif sering kali memiliki dampak internasional dan beroperasi di pasar global. Oleh karena itu, kerjasama internasional dalam hal perlindungan hak kekayaan intelektual sangat penting untuk mengatasi tantangan dan pelanggaran yang melibatkan berbagai yurisdiksi.

Melalui perlindungan hasil kreativitas yang kuat, ekosistem ekonomi kreatif akan menjadi lebih berdaya saing, inovatif, dan berkelanjutan. Para pelaku ekraf akan merasa didorong untuk berkreasi dan berinvestasi dalam usaha kreatif mereka karena mereka tahu bahwa kreasi mereka akan terlindungi dan memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi masyarakat dan ekonomi secara keseluruhan.

Hasil dari penelitian ini mayoritas pelaku ekonomi kreatif **59 % belum memiliki** Hak Paten/HKI, walaupun mereka sadar akan pentingnya memiliki Hak Paten /HKI dalam suatu Produk / Jasa.

C. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh

1. Faktor-faktor Penghambat

Berapa faktor penghambat Pemberdayaan Ekonomi Kreatif adalah sebagai berikut:

a. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif

1. Metode dan penyampaian Pelatihan & Pembimbingan Teknis

Banyak pelaku ekonomi kreatif sudah mengikuti program pelatihan baik dari pemerintah/komunitas/asosiasi/akademisi tetapi belum maksimal dalam menghasilkan produk dan jasanya, dikarenakan Metode dan penyampaian Pelatihan & Pembimbingan Teknis kepada para pelaku ekonomi kreatif belum tepat. Pendampingan dalam meningkatkan kemampuan teknis pelaku ekonomi kreatif memiliki peran yang krusial dalam mengembangkan bakat dan potensi kreatif mereka. Dengan dukungan yang tepat, para pelaku ekonomi kreatif dapat mencapai prestasi yang lebih tinggi dan berkontribusi secara lebih signifikan dalam industri kreatif.

2. Sertifikasi Profesi

Banyak pelaku ekonomi kreatif belum memiliki Sertifikasi Profesi Bidang Ekonomi Kreatif sehingga berpengaruh terhadap Tingkat kemampuan Bpk/Ibu dalam hal menciptakan produk berkualitas & penerapan strategi penjualan produk / jasa. Melalui sertifikasi profesi pelaku ekonomi kreatif, para profesional dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap standar kualitas tinggi, memperkuat reputasi mereka dalam industri, dan meningkatkan kesempatan untuk berkontribusi secara lebih signifikan dalam ekonomi kreatif.

b. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif

1. Pengembangan Pendidikan

Mayoritas pelaku ekonomi kreatif belum mengikuti/mendapatkan fasilitas/program untuk meningkatkan Pendidikan/ kemampuan para pelaku ekraf sehingga berpengaruh terhadap usahanya. Dengan mengintegrasikan pengembangan ekonomi kreatif dalam sistem

pendidikan, masyarakat akan menghasilkan sumber daya manusia yang berbakat dan berpotensi untuk menciptakan karya-karya inovatif, mendorong pertumbuhan industri kreatif, dan memperkuat ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhan.

2. Fasilitasi Pendanaan Dan Pembiayaan

Pelaku ekonomi kreatif banyak yang belum mendapatkan bantuan Pendanaan / Pembiayaan untuk pengembangan usaha sehingga para pelaku ekonomi kreatif belum bisa memaksimalkan dalam penjualan produk / jasanya. Fasilitasi pendanaan dan pembiayaan ini bukan hanya tentang menyediakan dana, tetapi juga tentang menciptakan lingkungan yang mendukung, memfasilitasi koneksi antara pelaku ekonomi kreatif dengan para pemodal dan investor potensial, dan memberikan dukungan berkelanjutan bagi pertumbuhan dan kesuksesan sektor ekonomi kreatif secara keseluruhan.

3. Pemberian insentif

Sebagian besar pelaku ekonomi kreatif belum mendapatkan insentif/kompensasi/penghargaan dari pemerintah terhadap komunitas ekraf sehingga para pelaku ekonomi kreatif belum bisa pengembangan usaha Bpk/Ibu sudah sesuai dengan kebutuhan usaha. Melalui pemberian insentif ini, ekosistem ekonomi kreatif dapat tumbuh dengan lebih cepat dan berkelanjutan. Insentif yang tepat akan mendorong lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam industri kreatif, menciptakan lapangan kerja baru, dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

4. Fasilitasi Kekayaan Intelektual

Kebanyakan pelaku ekonomi kreatif belum mendapatkan Hak Paten/HKI yang Fasilitasi oleh Pemerintah Daerah, dikarenakan mereka belum mendapatkan informasi terkait program tersebut. Melalui fasilitasi kekayaan intelektual yang baik, ekosistem ekonomi kreatif akan menjadi lingkungan yang lebih berdaya saing dan inovatif. Para pelaku ekraf akan merasa terdorong untuk berkreasi dan menghasilkan karya-karya

berkualitas tinggi, karena mereka tahu bahwa karya-karya tersebut akan mendapatkan perlindungan hukum yang layak dan dapat memberikan manfaat finansial yang lebih baik. Perlindungan kekayaan intelektual juga akan mendorong investasi dalam riset dan pengembangan, sehingga menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi kreatif secara keseluruhan.

5. perlindungan hasil kreativitas

pelaku ekonomi kreatif mayoritas belum memiliki Hak Paten/HKI, walaupun mereka sadar akan pentingnya memiliki Hak Paten /HKI dalam suatu Produk / Jasa. Melalui perlindungan hasil kreativitas yang kuat, ekosistem ekonomi kreatif akan menjadi lebih berdaya saing, inovatif, dan berkelanjutan. Para pelaku ekraf akan merasa didorong untuk berkreasi dan berinvestasi dalam usaha kreatif mereka karena mereka tahu bahwa kreasi mereka akan terlindungi dan memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi masyarakat dan ekonomi secara keseluruhan.

2. Faktor-faktor Pendorong

a. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif

1. Dukungan Fasilitasi Untuk Menghadapi Perkembangan Teknologi Di Dunia Usaha

Mayoritas pelaku ekonomi kreatif sudah memakai Fasilitasi Teknologi sehingga dapat memenuhi untuk meningkatkan kapasitas Produksi & Penjualan. Melalui dukungan fasilitasi yang tepat, pelaku ekonomi kreatif dapat mengatasi tantangan yang dihadapi oleh perkembangan teknologi, dan sebaliknya, memanfaatkannya sebagai sarana untuk mengembangkan kreativitas dan menciptakan nilai ekonomi yang lebih tinggi.

2. Standardisasi Usaha

pelaku ekonomi kreatif mayoritas sudah memiliki Standarisasi Usaha Produk / Jasa akan. Dengan adopsi standarisasi yang tepat, pelaku ekonomi kreatif dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan membuka peluang untuk berkompetisi di pasar lokal dan global. Standarisasi juga dapat membantu industri kreatif

secara keseluruhan tumbuh dan berkembang dengan cara yang berkelanjutan dan berdampak positif.

b. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif

1. Pengembangan Riset

Mayoritas pelaku ekonomi kreatif sudah melakukan Pengembangan ekosistem riset sehingga hasilnya mayoritas pelaku sehingga bisa menciptakan Produk/Jasa Berdaya Saing Tinggi/Unggul. Dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif melalui riset, kerjasama antara pemerintah, universitas, sektor swasta, dan komunitas kreatif menjadi sangat penting. Program dukungan dan pendanaan bagi penelitian di sektor ini juga merupakan faktor kunci dalam memastikan kesinambungan pertumbuhan ekonomi kreatif dan menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat.

2. Pengembangan Sistem Pemasaran

Sebagian besar pelaku ekonomi kreatif sudah menggunakan konsep dan strategi pemasaran seperti sosmed, marketplace dan WA sehingga para pelaku ekonomi kreatif bisa memaksimalkan dalam penjualan produk / jasanya. Dengan mengembangkan sistem pemasaran yang tepat, para pelaku ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing produk mereka, mencapai pasar yang lebih luas, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif secara keseluruhan. Penting untuk selalu mengikuti tren pemasaran terbaru dan beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku konsumen untuk tetap relevan dan berhasil di pasar yang dinamis ini.

D. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

Dengan melihat hasil penilaian seluruh indikator terutama pada indikator Ekonomi Kreatif, maka sesuai judul kajian dapat dikatakan bahwa Ekonomi Kreatif di Kabupaten Indramayu belum mampu memberikan dampak peningkatan ekonomi daerah secara maksimal. Untuk dapat meningkatkan ekonomi daerah maka Ekonomi Kreatif harus berdayakan sebagaimana fungsinya. Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dalam rangka peningkatan ekonomi daerah dilakukan oleh

lembaga pemerintah yang berwenang menyelenggarakan fungsi pemberdayaan desa dan masyarakat melalui kolaborasi dengan berbagai pihak.

Pemberdayaan ekonomi kreatif adalah proses yang bertujuan untuk memberikan dukungan dan kesempatan bagi para pelaku ekonomi kreatif agar dapat berkembang, berinovasi, dan memberikan kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa strategi pemberdayaan ekonomi kreatif yang dapat diterapkan:

1. Kebijakan dan regulasi yang mendukung: Pemerintah harus menciptakan kebijakan dan regulasi yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Ini termasuk pengembangan kebijakan pajak yang menguntungkan, penyederhanaan proses perizinan, dan pembentukan peraturan yang menghargai dan melindungi kekayaan intelektual.
2. Infrastruktur dan fasilitas yang memadai: Investasi dalam infrastruktur dan fasilitas yang relevan untuk ekonomi kreatif sangat penting. Ini termasuk pendirian studio seni, galeri seni, ruang kerja kolaboratif, dan pusat produksi film yang dapat mendorong kolaborasi dan inovasi.
3. Pelatihan dan pendidikan kreatif: Program pelatihan dan pendidikan yang disesuaikan dengan industri kreatif harus dikembangkan. Ini akan membekali para pelaku ekonomi kreatif dengan keterampilan yang relevan dan memastikan adanya pasokan tenaga kerja berkualitas di sektor ini.
4. Pembiayaan dan pendanaan: Membangun akses yang lebih mudah ke pembiayaan dan pendanaan untuk para pelaku ekonomi kreatif akan membantu mereka dalam mengembangkan proyek-proyek kreatif mereka. Ini bisa dilakukan melalui program pemberian pinjaman khusus, pendanaan proyek, atau platform crowdfunding.
5. Penguatan jejaring dan kolaborasi: Mendorong kolaborasi antara pelaku ekonomi kreatif, perusahaan lain, lembaga pendidikan, dan lembaga pemerintah adalah langkah penting untuk menciptakan sinergi dan meningkatkan potensi kreatif. Ini dapat dicapai melalui penyelenggaraan acara, seminar, workshop, atau proyek bersama.

6. Promosi dan pemasaran: Mendukung promosi dan pemasaran produk dan layanan dari pelaku ekonomi kreatif akan membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik pasar. Dukungan bisa berupa pengembangan strategi pemasaran digital, partisipasi dalam pameran dan festival, atau kampanye pemasaran yang inovatif.
7. Pengembangan pasar dan ekspor: Membantu para pelaku ekraf untuk mengembangkan pasar domestik dan ekspor dapat membuka peluang bisnis yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka. Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam hal promosi perdagangan, pendampingan dalam proses ekspor, dan pengenalan pasar internasional.
8. Pengukuran dan evaluasi kinerja: Mengukur dampak dan kinerja ekonomi kreatif secara berkala akan membantu dalam mengevaluasi efektivitas dari strategi pemberdayaan yang diterapkan. Data ini dapat digunakan untuk penyesuaian dan perbaikan ke depannya.

Pemberdayaan ekonomi kreatif adalah investasi jangka panjang yang dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan. Dengan mengadopsi strategi-strategi tersebut, ekosistem ekonomi kreatif dapat berkembang secara berkelanjutan dan menciptakan lingkungan yang mendukung bagi para pelaku ekraf untuk berkarya, berinovasi, dan berkontribusi pada kemajuan masyarakat.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Berdasarkan keseluruhan proses dan hasil pembahasan dalam kajian sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya, berikut ini dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor Penghambat Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

A. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif

1. Metode dan penyampaian Pelatihan & Pembimbingan Teknis, Banyak pelaku ekonomi kreatif sudah mengikuti program pelatihan baik dari pemerintah/komunitas/asosiasi/akademisi tetapi belum maksimal dalam menghasilkan produk dan jasanya, dikarenakan Metode dan penyampaian Pelatihan & Pembimbingan Teknis kepada para pelaku ekonomi kreatif belum tepat
2. Sertifikasi Profesi, Banyak pelaku ekonomi kreatif belum memiliki Sertifikasi Profesi Bidang Ekonomi Kreatif sehingga berpengaruh terhadap Tingkat kemampuan Bpk/Ibu dalam hal menciptakan produk berkualitas & penerapan strategi penjualan produk / jasa.

B. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif

1. Pengembangan Pendidikan, mayoritas pelaku ekonomi kreatif belum mengikuti/mendapatkan fasilitas/program untuk meningkatkan Pendidikan/ kemampuan para pelaku ekraf sehingga berpengaruh terhadap usahanya.
2. Fasilitasi Pendanaan Dan Pembiayaan, Pelaku ekonomi kreatif banyak yang belum mendapatkan bantuan Pendanaan / Pembiayaan untuk pengembangan usaha sehingga para pelaku ekonomi kreatif belum bisa memaksimalkan dalam penjualan produk / jasanya.
3. Pemberian insentif, Sebagian besar pelaku ekonomi kreatif belum mendapatkan insentif/kompensasi/penghargaan dari pemerintah terhadap komunitas ekraf sehingga para pelaku ekonomi kreatif belum bisa pengembangan usaha pelaku ekraf sesuai dengan kebutuhan usaha.

1. Fasilitasi Kekayaan Intelektual, Kebanyakan pelaku ekonomi kreatif belum mendapatkan Hak Paten/HKI yang Fasilitasi oleh Pemerintah Daerah, dikarenakan mereka belum mendapatkan informasi terkait program tersebut.
2. pelindungan hasil kreativitas, pelaku ekonomi kreatif mayoritas belum memiliki Hak Paten/HKI, walaupun mereka sadar akan pentingnya memiliki Hak Paten /HKI dalam suatu Produk / Jasa.

2. Faktor-faktor Pendorong Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

A. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif

1. Dukungan Fasilitasi Untuk Menghadapi Perkembangan Teknologi Di Dunia Usaha, Mayoritas pelaku ekonomi kreatif sudah memakai Fasilitasi Teknologi sehingga dapat memenuhi untuk meningkatkan kapasitas Produksi & Penjualan
2. Standardisasi Usaha, pelaku ekonomi kreatif mayoritas sudah memiliki Standarisasi Usaha Produk / Jasa akan. Dengan adopsi standarisasi yang tepat, pelaku ekonomi kreatif dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan membuka peluang untuk berkompetisi di pasar lokal dan global.

B. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif

1. Pengembangan Riset, Mayoritas pelaku ekonomi kreatif sudah melakukan Pengembangan ekosistem riset sehingga hasilnya mayoritas pelaku sehingga bisa menciptakan Produk/Jasa Berdaya Saing Tinggi/Unggul.
2. Pengembangan Sistem Pemasaran, Mayoritas pelaku ekonomi kreatif sudah melakukan Pengembangan ekosistem riset sehingga hasilnya mayoritas pelaku sehingga bisa menciptakan Produk/Jasa Berdaya Saing Tinggi/Unggul

B. Saran.

Agar dapat menjalankan fungsinya dalam peningkatan daerah, maka rekomendasi dan tindak lanjut yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

Rekomendasi	Perangkat Daerah/Pihak Terkait
	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Tenaga Kerja - Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga - Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan - Unwir
<p>1. Pendekatan Praktis dan Berbasis Proyek: Pelatihan harus didesain dengan pendekatan yang praktis dan berbasis proyek. Para peserta harus diberi kesempatan untuk terlibat langsung dalam proyek atau tugas kreatif yang relevan dengan bidang mereka. Ini akan membantu mereka memahami konsep secara lebih mendalam dan mengembangkan keterampilan mereka secara praktis.</p> <p>a. Pendekatan Praktis dan Berbasis Proyek: Pelatihan harus didesain dengan pendekatan yang praktis dan berbasis proyek. Para peserta harus diberi kesempatan untuk terlibat langsung dalam proyek atau tugas kreatif yang relevan dengan bidang mereka. Ini akan membantu mereka memahami konsep</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Tenaga Kerja - Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga - Komite Ekonomi Kreatif - Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan - Unwir

secara lebih mendalam dan mengembangkan keterampilan mereka secara praktis.

- b. Penggunaan Teknologi dan Media Digital: Menggunakan teknologi dan media digital dapat membantu menyampaikan materi pelatihan dengan lebih menarik dan interaktif. Platform online, video tutorial, dan materi ajar digital akan memudahkan aksesibilitas bagi para peserta.
- c. Pelatihan On-The-Job: Pelatihan on-the-job adalah metode yang efektif untuk mengajarkan keterampilan dan pengetahuan yang spesifik dalam situasi kerja sebenarnya. Para pelaku ekonomi kreatif dapat belajar sambil bekerja di bawah bimbingan mentor atau profesional yang berpengalaman.
- d. Pelatihan Kolaboratif: Mengadakan pelatihan yang melibatkan kolaborasi antara para peserta dapat mendorong pertukaran ide dan pengalaman. Ini akan menciptakan lingkungan belajar yang dinamis dan memberikan kesempatan untuk saling belajar dari satu sama lain.
- e. Pendampingan dan Mentorship: Selain pelatihan, program pembimbingan dan mentorship akan membantu para pelaku ekonomi kreatif dalam mengatasi tantangan khusus dan mendapatkan saran dari para profesional yang berpengalaman.

<p>f. Evaluasi dan Umpan Balik: Menyediakan mekanisme evaluasi dan umpan balik untuk para peserta akan membantu memahami efektivitas pelatihan dan menyesuaikan program untuk memenuhi kebutuhan mereka secara lebih baik.</p>	
<p>g. Pengembangan Keterampilan Kreatif: Selain aspek teknis, pelatihan juga harus fokus pada pengembangan keterampilan kreatif seperti berpikir kreatif, inovasi, dan pemecahan masalah. Ini akan membantu para pelaku ekonomi kreatif untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan karya-karya mereka.</p> <p>h. Kemitraan dengan Industri dan Lembaga Kreatif: Melibatkan industri dan lembaga kreatif dalam pelatihan dan pembimbingan akan memberikan perspektif dunia nyata dan membantu menghubungkan peserta dengan peluang lapangan kerja atau proyek.</p>	
<p>2. Pengembangan Kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif melalui program Pelatihan & Pembimbingan Teknis dengan Sertifikasi Profesi.</p> <p>Pengembangan kapasitas pelaku ekonomi kreatif melalui program pelatihan dan pembimbingan teknis dengan sertifikasi profesi merupakan langkah penting untuk meningkatkan profesionalisme, kualitas, dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Tenaga Kerja - Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga - Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan - Unwir

kepercayaan dalam sektor ekonomi kreatif. Sertifikasi profesi adalah pengakuan resmi bahwa individu atau pelaku ekonomi kreatif memiliki keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Berikut adalah beberapa manfaat dan implikasi dari program pelatihan dan pembimbingan teknis dengan sertifikasi profesi:

a. Meningkatkan Kualitas dan Standar:

Dengan memiliki sertifikasi profesi, pelaku ekonomi kreatif akan diakui memiliki kualifikasi dan keterampilan yang sesuai dengan standar industri. Ini membantu meningkatkan kualitas karya kreatif dan layanan yang mereka tawarkan, serta meningkatkan reputasi profesional mereka.

b. Peningkatan Daya Saing: Sertifikasi

profesi dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi pelaku ekonomi kreatif dalam mencari peluang pekerjaan atau proyek. Perusahaan dan klien cenderung lebih memilih bekerja dengan profesional yang memiliki sertifikasi dan terbukti memiliki kualifikasi yang relevan.

c. Dukungan untuk Pengembangan Karir:

Sertifikasi profesi membantu pelaku ekonomi kreatif dalam pengembangan karir mereka. Dengan mengikuti program pelatihan dan pembimbingan teknis dengan sertifikasi, mereka dapat

<p>memperoleh keterampilan baru dan lebih maju dalam karir mereka.</p>	
<p>d. Peningkatan Kepercayaan Pelanggan: Sertifikasi profesi juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Pelanggan cenderung merasa lebih yakin dan percaya pada profesional yang memiliki sertifikasi dalam bidang mereka.</p> <p>e. Pengakuan dari Industri dan Pemerintah: Sertifikasi profesi adalah pengakuan resmi dari industri dan pemerintah bahwa individu tersebut memiliki kualifikasi yang memenuhi standar yang ditetapkan. Ini dapat membuka pintu bagi pelaku ekonomi kreatif untuk mendapatkan dukungan atau akses ke program bantuan dari pemerintah atau organisasi lainnya.</p> <p>f. Peningkatan Pendapatan: Dengan memiliki sertifikasi profesi, pelaku ekonomi kreatif memiliki kesempatan untuk menawarkan layanan mereka dengan harga yang lebih tinggi, karena mereka dianggap memiliki kualitas yang lebih baik dan lebih dipercaya.</p> <p>g. Pengakuan Internasional: Beberapa sertifikasi profesi diakui secara internasional, sehingga membuka peluang bagi pelaku ekonomi kreatif untuk beroperasi di pasar global dan bekerja sama dengan pihak dari luar negeri</p>	

<p>3. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dengan Pengembangan Pendidikan, Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dengan pengembangan pendidikan adalah langkah krusial untuk menciptakan basis yang kuat bagi pertumbuhan industri kreatif dan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi para pelaku ekonomi kreatif. Pendidikan memainkan peran penting dalam memberikan keterampilan, pengetahuan, dan kreativitas kepada individu, serta membentuk budaya dan pemahaman yang mendukung perkembangan sektor ekonomi kreatif. Berikut adalah beberapa cara di mana pengembangan pendidikan dapat membantu memajukan ekosistem ekonomi kreatif:</p> <p>a. Pendidikan Kreatif dan Seni: Meningkatkan pendidikan kreatif dan seni disekolah-sekolah dan perguruan tinggi akan membantu menciptakan generasi yang lebih kreatif dan inovatif. Melalui program-program ini, individu akan terlatih untuk berpikir out-of-the-box, mengembangkan bakat seni, dan menerapkan keterampilan kreatif dalam berbagai disiplin ilmu.</p> <p>b. Kewirausahaan Kreatif: Pendidikan harus memberikan penekanan pada pengembangan kewirausahaan kreatif. Ini melibatkan pembelajaran tentang</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Tenaga Kerja - Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga - Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan - Unwir
--	--

pengembangan bisnis, manajemen, dan pemasaran untuk para pelaku ekonomi kreatif, sehingga mereka dapat mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien dan berkelanjutan.

- c. Kolaborasi Interdisipliner: Mengintegrasikan pendidikan dan kolaborasi antara berbagai disiplin ilmu seperti seni, teknologi, ilmu sosial, dan bisnis akan hubungan yang lebih erat antara ekonomi kreatif dan sektor lainnya. Ini dapat menghasilkan inovasi yang lebih besar dan memperluas potensi bisnis kreatif.
- d. Pengembangan Keterampilan Digital: Dalam era digital, penting bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk memiliki keterampilan digital yang kuat. Pendidikan harus memberikan pelatihan tentang teknologi digital, desain grafis, dan pemasaran online untuk mendukung pertumbuhan bisnis kreatif di dunia maya.
- e. Praktik Industri dan Magang: Menghubungkan pendidikan dengan dunia industri melalui magang dan praktik industri akan memberikan para pelajar dan mahasiswa pengalaman kerja yang nyata. Hal ini akan membantu mereka memahami lebih baik kebutuhan dan tantangan dalam

<p>industry kreatif dan menyiapkan mereka untuk karir yang sukses.</p> <p>f. Program Pendanaan dan Bantuan: Pendidikan juga dapat membantu menyediakan program pendanaan dan bantuan bagi para pelaku ekonomi kreatif. Ini bisa berupa beasiswa, hibah, atau program pendanaan lainnya yang membantu mereka dalam mengembangkan proyek kreatif dan inovatif.</p> <p>g. Pengenalan Industri Kreatif di Tingkat Sekolah Dasar: Mengenalkan konsep ekonomi kreatif dan industri kreatif di tingkat sekolah dasar akan membantu membangun minat dan kesadaran sejak dini. Ini dapat menjadi langkah awal dalam membentuk generasi yang berbakat dan bersemangat dalam menciptakan karya-karya kreatif.</p>	
<p>4. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dengan Fasilitasi Pendanaan Dan Pembiayaan</p> <p>Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dengan fasilitasi pendanaan dan pembiayaan adalah langkah penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor kreatif. Para pelaku ekonomi kreatif sering menghadapi tantangan dalam mendapatkan dana yang cukup untuk mengembangkan proyek kreatif mereka. Oleh karena itu, fasilitasi pendanaan dan pembiayaan menjadi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Tenaga Kerja - Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga - Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan - Unwir

kunci dalam memberikan dukungan finansial yang diperlukan bagi para pelaku ekonomi kreatif. Berikut adalah beberapa cara di mana fasilitasi pendanaan dan pembiayaan dapat memajukan ekosistem ekonomi kreatif:

- a. Program Pendanaan Khusus: Pemerintah dan lembaga lainnya dapat menyediakan program pendanaan khusus yang ditujukan untuk para pelaku ekonomi kreatif. Ini bisa berupa pinjaman dengan bunga rendah, hibah, atau skema pendanaan lain yang membantu mereka dalam mengatasi tantangan keuangan
- b. Inkubator Bisnis Kreatif: Mendirikan inkubator bisnis kreatif dapat membantu para pelaku ekonomi kreatif dalam mendapatkan dukungan dan akses ke pembiayaan. Inkubator ini dapat menyediakan bimbingan, pelatihan, dan jaringan yang mendukung pertumbuhan bisnis kreatif.
- c. Crowdfunding: Platform crowdfunding dapat digunakan sebagai cara untuk mendapatkan dukungan finansial dari masyarakat. Dengan kampanye crowdfunding yang efektif, para pelaku ekonomi kreatif dapat mengumpulkan dana dari banyak contributor.
- d. Kolaborasi dengan Lembaga Keuangan: Menjalinkan kolaborasi dengan lembaga

keuangan, seperti bank atau lembaga pembiayaan, dapat membantu para pelaku ekonomi kreatif dalam mendapatkan akses ke fasilitas kredit atau solusi pembiayaan lainnya

- e. Pendanaan dari Investasi Modal Ventura: Para pelaku ekonomi kreatif dapat mencari pendanaan dari investor modal ventura yang tertarik dengan potensi pertumbuhan proyek mereka. Investor ini dapat membantu mereka dalam mengembangkan bisnis dan mencapai skala yang lebih besar
- f. Pembiayaan Berbasis Aset: Memanfaatkan pembiayaan berbasis aset, seperti sewa guna usaha atau leasing, dapat menjadi alternatif untuk memperoleh peralatan atau inventaris yang dibutuhkan untuk proyek kreatif.
- g. Pengembangan Kredit Mikro: Program kredit mikro dapat mendukung pelaku ekonomi kreatif yang membutuhkan pinjaman dengan jumlah kecil untuk mengembangkan proyek atau bisnis mereka
- h. Pertemuan dengan Investor dan Pengusaha: Menyelenggarakan pertemuan atau acara networking dengan investor, pengusaha, atau pelaku industri lainnya dapat membantu para pelaku ekonomi kreatif

<p>dalam memperluas jaringan dan menemukan potensi investor atau mitra bisnis.</p>	
<p>5. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dengan Pemberian insentif. Pemberian insentif merupakan salah satu strategi yang efektif dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Insentif ini menciptakan lingkungan yang menguntungkan dan mendorong para pelaku ekonomi kreatif untuk lebih aktif, inovatif, dan berdaya saing. Berikut adalah beberapa cara pemberian insentif dapat memajukan ekosistem ekonomi kreatif</p> <p>a. Insentif Fiskal: Pemerintah dapat memberikan insentif fiskal, seperti pemotongan pajak atau peraturan khusus mengenai tarif pajak untuk industri kreatif. Ini akan mengurangi beban fiskal bagi para pelaku ekonomi kreatif dan memberi mereka lebih banyak dana untuk berinvestasi dalam proyek kreatif.</p> <p>b. Subsidi dan Hibah: Pemberian subsidi dan hibah dari pemerintah atau lembaga lainnya dapat membantu dalam membiayai proyek-proyek kreatif yang berpotensi tinggi namun membutuhkan dukungan finansial awal</p> <p>c. Fasilitas dan Infrastruktur Gratis atau Terjangkau: Menyediakan fasilitas dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Tenaga Kerja - Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga - Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan - DPMDPST

infrastruktur dengan biaya yang rendah atau gratis bagi para pelaku ekonomi kreatif dapat memberikan insentif bagi mereka untuk berkembang dan berkreasi.

- d. Pemberian Izin dan Perizinan yang Mudah: Mempermudah proses perizinan dan izin operasional bagi industri kreatif dapat meningkatkan daya tarik investasi di sektor ini dan mengurangi birokrasi yang menghambat pertumbuhan.
- e. Pengakuan dan Penghargaan: Memberikan pengakuan dan penghargaan bagi para pelaku ekonomi kreatif yang telah mencapai prestasi yang luar biasa akan memberikan dorongan dan motivasi lebih bagi mereka untuk terus berkinerja tinggi
- f. Pusat Kreatif: Mendirikan pusat kreatif atau wilayah kreatif yang didukung dengan insentif dapat menjadi daya tarik bagi para pelaku ekonomi kreatif. Pusat ini dapat menjadi wadah untuk kolaborasi, networking, dan bertukar ide
- g. Akses ke Pembiayaan: Memfasilitasi akses para pelaku ekonomi kreatif ke berbagai sumber pembiayaan, termasuk kredit, pinjaman, atau investasi modal ventura, dapat membantu mereka dalam mengembangkan proyek dengan lebih baik.

<p>h. Pendidikan dan Pelatihan: Memberikan insentif untuk pendidikan dan pelatihan di bidang ekonomi kreatif akan membantu meningkatkan kualifikasi dan keterampilan para pelaku ekonomi kreatif, sehingga mereka lebih kompeten dan siap menghadapi pasar global.</p>	
<p>6. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dengan Fasilitasi Kekayaan Intelektual Fasilitasi kekayaan intelektual (intellectual property) merupakan aspek penting dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Kekayaan intelektual mencakup hak cipta, merek dagang, paten, desain industri, dan rahasia dagang yang melindungi karya kreatif dan inovasi dari penyalahgunaan atau pelanggaran. Berikut adalah beberapa cara fasilitasi kekayaan intelektual dapat memajukan ekosistem ekonomi kreatif:</p> <p>a. Pelindungan Hukum: Membuat undang-undang dan peraturan yang kuat dalam melindungi kekayaan intelektual akan memberikan keamanan dan perlindungan bagi para pelaku ekonomi kreatif. Hal ini akan mendorong mereka untuk lebih berani berinovasi dan menciptakan karya-karya kreatif tanpa takut ide-ide mereka akan disalahgunakan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga - Bappeda-Litbang

- | | |
|--|--|
| <p>b. Peningkatan Kesadaran: Memberikan edukasi dan peningkatan kesadaran tentang pentingnya kekayaan intelektual kepada para pelaku ekonomi kreatif akan membantu mereka untuk memahami bagaimana melindungi hak-hak intelektual mereka dan mengoptimalkan nilai dari karya kreatif mereka.</p> <p>c. Proses Pendaftaran yang Mudah: Mempermudah proses pendaftaran kekayaan intelektual akan mendorong para pelaku ekonomi kreatif untuk mengamankan hak-hak mereka secara resmi dan lebih cepat.</p> <p>d. Pengembalian Investasi: Dengan memastikan perlindungan kekayaan intelektual, para pelaku ekonomi kreatif dapat lebih percaya diri untuk mendapatkan pengembalian investasi dari karya kreatif mereka. Hal ini akan membantu meningkatkan keinginan untuk berinvestasi dalam industri kreatif.</p> <p>e. Kolaborasi dan Lisensi: Fasilitasi kekayaan intelektual juga mencakup kemudahan dalam melakukan kolaborasi dan pemberian lisensi untuk penggunaan karya kreatif. Ini akan membuka peluang kerjasama dan ekspansi pasar bagi para pelaku ekonomi kreatif.</p> | |
|--|--|

<p>f. Penegakan Hukum yang Tegas: Penting untuk memiliki penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran kekayaan intelektual. Ini akan memberikan efek jera dan mencegah tindakan ilegal terhadap hak-hak intelektual.</p> <p>g. Pengakuan Nilai Budaya: Fasilitasi kekayaan intelektual juga mencakup pengakuan dan penghormatan terhadap nilai budaya dan hak-hak kolektif masyarakat adat atau budaya dalam menciptakan karya kreatif mereka.</p>	
<p>7. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dengan Fasilitasi Kekayaan Intelektual</p> <p>Pelindungan hasil kreativitas adalah langkah penting dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Para pelaku ekonomi kreatif seringkali menghasilkan karya-karya unik dan orisinal, seperti seni, desain, musik, film, dan produk kreatif lainnya. Pelindungan hasil kreativitas bertujuan untuk melindungi hak-hak intelektual dari pencurian, penggunaan tanpa izin, atau pelanggaran oleh pihak lain. Berikut adalah beberapa cara pelindungan hasil kreativitas dapat memajukan ekosistem ekonomi kreatif:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga - Bappeda-Litbang

- | | |
|--|--|
| <p>a. Hak Cipta: Hak cipta memberikan perlindungan atas karya-karya artistik, musik, tulisan, dan konten kreatif lainnya. Dengan mendaftarkan hak cipta, para pelaku ekonomi kreatif memiliki hak eksklusif untuk menghasilkan, mendistribusikan, dan menjual karya-karya mereka.</p> <p>b. Merek Dagang: Merek dagang melindungi nama merek, logo, atau tanda identitas lainnya yang unik. Pelaku ekonomi kreatif dapat menggunakan merek dagang untuk membedakan produk atau layanan mereka dari pesaing dan membangun citra merek yang kuat.</p> <p>c. Paten dan Desain Industri: Bagi para pelaku ekonomi kreatif yang menciptakan produk atau desain inovatif, perlindungan paten dan desain industri dapat melindungi hak eksklusif atas inovasi mereka dan mencegah replikasi oleh pihak lain.</p> <p>d. Rahasia Dagang: Pelindungan rahasia dagang memastikan bahwa informasi rahasia, seperti resep, formula, atau metode produksi, tetap terjaga kerahasiaannya. Ini membantu para pelaku ekonomi kreatif menjaga keunggulan kompetitif dan menjaga nilai dari karya mereka.</p> | |
|--|--|

<p>e. Pengawasan Konten Digital: Dalam era digital, perlindungan hasil kreativitas juga mencakup pengawasan konten digital untuk mencegah pembajakan dan distribusi ilegal.</p> <p>f. Kolaborasi dengan Pihak Ketiga: Para pelaku ekonomi kreatif dapat melindungi hasil kreativitas mereka melalui kontrak dan kesepakatan yang mengatur hak cipta, lisensi, atau kepemilikan intelektual lainnya ketika berkolaborasi dengan pihak ketiga.</p> <p>g. Penegakan Hukum yang Tegas: Penting untuk memiliki penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran hak kekayaan intelektual. Ini akan memberikan perlindungan yang lebih kuat bagi para pelaku ekonomi kreatif dan mendorong tindakan yang lebih hati-hati dari pihak yang berpotensi melanggar hak tersebut.</p>	
--	--

Tujuan rekomendasi dari 7 indikator dan 53 sub indikator adalah sebagai berikut:

1. Dengan menerapkan metode dan penyampaian yang tepat dalam program pelatihan dan pembimbingan teknis, para pelaku ekonomi kreatif dapat meningkatkan keterampilan, wawasan, dan kreativitas mereka. Hal ini akan meningkatkan daya saing mereka di pasar dan memperkuat ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhan.
2. Penerapan program pelatihan dan pembimbingan teknis dengan sertifikasi profesi akan membawa manfaat yang signifikan bagi pelaku ekonomi kreatif dan ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhan. Melalui peningkatan kualitas, daya saing, dan profesionalisme, sektor ekonomi kreatif dapat

berkembang lebih baik dan memberikan kontribusi yang lebih besar pada pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional.

3. Dengan mengintegrasikan pengembangan pendidikan dalam ekosistem ekonomi kreatif, kita dapat menciptakan generasi muda yang kreatif, inovatif, dan siap bersaing dalam era global. Pendidikan menjadi fondasi untuk mengembangkan potensi kreatif masyarakat, dan dengan dukungan yang tepat, ekosistem ekonomi kreatif dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi dan kualitas kehidupan masyarakat.
4. Dengan fasilitasi pendanaan dan pembiayaan yang tepat, para pelaku ekonomi kreatif dapat mengatasi kendala finansial dan mengembangkan proyek kreatif mereka dengan lebih baik. Dukungan keuangan ini akan membantu mereka untuk terus berinovasi, menciptakan karya yang berkualitas tinggi, dan memberikan kontribusi yang berarti pada pertumbuhan ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhan.
5. Dengan memberikan insentif yang tepat, ekosistem ekonomi kreatif dapat tumbuh secara berkelanjutan dan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan dan inovasi. Pemberian insentif akan memotivasi para pelaku ekonomi kreatif untuk berkontribusi lebih aktif dalam menciptakan nilai tambah bagi masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan.
6. Dengan fasilitasi kekayaan intelektual yang baik, ekosistem ekonomi kreatif dapat tumbuh dengan lebih baik dan berkelanjutan. Perlindungan hak kekayaan intelektual akan memberikan dorongan bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk terus berkarya, berinovasi, dan memberikan kontribusi yang berarti bagi pertumbuhan ekonomi dan kemajuan masyarakat.
7. Dengan adanya perlindungan hasil kreativitas yang kuat, para pelaku ekonomi kreatif dapat lebih percaya diri untuk berinovasi dan menciptakan karya-karya baru. Hal ini akan mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhan, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi dan kreativitas, serta memberikan kontribusi yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi dan kekayaan budaya suatu daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, Febri and Gultom, Yohanna (2020) "Peran Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia," *Jurnal Kebijakan Ekonomi: Vol. 15: Iss. 2, Article 4.* Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jke/vol15/iss2/4>
- Astuti, Yuhana dan Anggraini, Annisa. 2015. "Modal Intelektual Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif: Studi Kasus Pada Sentra Kerajinan Sepatu Cibaduyut Bandung". *Jurnal Manajemen Indonesia. Vol.15 (2):103-114.*
- Batilmurik, Ridolof W dan Lao, Hans A.. 2016. "Pengembangan Model Ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur". *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen. I (03):206-219.*
- Badan Ekonomi Kreatif. 2017. *Ekonomi Kreatif Outlook 2017.* Jakarta: BEKRAF.
- Badan Ekonomi Kreatif. 2019. *Opus Ekonomi Kreatif Outlook 2019.* Jakarta: BEKRAF.
- Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional. Indeks Pembangunan Inkusif. Tersedia di <http://inklusif.bappenas.go.id/indeks> diakses pada tanggal 17 Mei 2021.
- BPS Kota Semarang. 2016. "Produk Domestik Regional Bruto Kota Semarang Menurut Lapangan Usaha 2012-2016. <http://semarangkota.bps.go.id>. Diunduh 26 Januari 2018.
- Ekonomi Kreatif, Meningkatkan Daya Saing Indonesia dalam Menghadapi MEA 2015. <http://fe.upstegal.ac.id/ekonomi-kreatif-meningkatkan-daya-saing-indonesia-dalam-menghadapi-mea-2015/>. Diakses 26 Januari 2018.
- Enam Belas Subsektor Kreatif. <http://ekraf.disporapar.jatengprov.go.id/16-subsektor>. Diakses 26 Januari 2018.
- Danuar T.U.D dan Darwanto. 2013. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Economics 2 (4): 1-13.*
- Fauzan, Angga. 2016. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Lokal Desa Tumang dengan Pendekatan Komunikasi Visual untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN". Makalah. Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC

di Universitas Bakrie. Jakarta, 2-3 Mei 2016.

- Gendut Sukarno, dkk. 2019. Improve Creative Industry Competitiveness, Penta Helix and Human Capital in the Digital Era. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 423, 157-170.
- Ginting, Ari Mulianta dkk. 2016. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah dalam Mendukung Perekonomian Nasional”. Laporan Penelitian. Jakarta: Pusat Penelitian Badan Keahlian Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- Herwan Abdul Muhyi, dkk. 2017. The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City. *Review of Integrative Business and Economics Research*, Vol. 6, no. 1, pp.412-417.
- Hutabarat, LB. Ruth Florida W. M. 2015. “Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif”. *JESP*. 7 (1):12-20.
- Howkins, John. 2001. *The Creative Economy-How People Make Money from Ideas*. London: ThePenguinGroup.
- H. Hill, M.E. Khan and J. Zhuang (eds). 2012. *Diagnosing the Indonesian Economy: Toward Inclusive and Green Growth*. London: Anthem Press for the Asian Development Bank.
- ILO. 2018. *Tujuan Pembangunan Milenium; Referensi Manual Serikat Pekerja pada Agenda untuk Pembangunan Berkelanjutan 2030*. Organisasi Perburuhan Internasional (ILO), Kantor Jakarta.
- Jitka kloudová, ondrej chwaszcz. 2014. The analysis of the creative industry linked in connection with economic development. *Ekonomie xvii*, 1, 32-42.
- Kačerauskas, Tomas (2012), *Creative Economy and Technologies: Social, Legal and Communicative Issues*, *Journal of Business Economics and Management*, 13 (1): 71-80.
- Mayer Cabrera-Flores et al. 2020. A framework of penta-helix models to improve the sustainable competitiveness of the wine industry in Baja California based on innovative natural resource management. *E3S Web of Conferences* 167, 06005.
- Mithas, S., Tafti, A., Bardhan, I., & Mein, J. G. (2012), *Information Technology and Firm Profitability: Mechanisms and Empirical Evidence*. *MIS Quarterly*

6: 205-224.

Nurmilah, Risma., Anggraeni, Lukytawati., dan Novianti, Tanti. 2016. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Sukabumi”. eprints.ummi.ac.id. Diakses pada 26 Januari 2018.

Polnaya, Ghalib Agfa dan Darwanto. 2015. “Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 22 (1): 1-10.

Ramadhilla Maghfira Utami and Donald Crestofel Lantu. 2014. Development Competitiveness Model for SmallMedium Enterprises among the Creative Industry in Bandung. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 115, 305 – 323.

Rusydiana, A. S., & Devi, A. (2013). Analytic network process: pengantar teori dan aplikasi. Bogor: Smart Publishing. Saaty, T. L. (2005). Making and validating complex decisions with the AHP/ANP. *Journal of Systems Science and Systems*