

ANALISIS PERAN PEMERINTAH DALAM PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI PEKANBARU (STUDI KASUS PADA SUB-SEKTOR KERAJINAN)

A. Latar Belakang Masalah

Pergeseran dari Era Pertanian lalu Era Industrialisasi, disusul oleh era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi infokom serta globalisasi ekonomi, telah menggiring peradaban manusia kedalam suatu arena interaksi sosial baru yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Industrialisasi telah menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien. Penemuan baru di bidang teknologi infokom seperti internet, email, SMS, *Global System for Mobile communications* (GSM) telah menciptakan interkoneksi antar manusia yang membuat manusia menjadi semakin produktif. Globalisasi di bidang media dan hiburan juga telah mengubah karakter, gaya hidup dan perilaku masyarakat menjadi lebih kritis dan lebih peka atas rasa serta pasar pun menjadi semakin luas dan semakin global. Sisi lain yang muncul dari fenomena tersebut adalah kompetisi yang semakin keras. Kondisi ini mengharuskan perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin.



Gambar 1: Pergeseran Orientasi Ekonomi Dunia Barat

Sumber: Pangestu (2008a)

Konsentrasi industri berpindah dari negara barat ke negara-negara berkembang di Asia karena tidak bisa lagi menyaingi biaya murah di Republik Rakyat Tiongkok (RRT) dan efisiensi industri negara Jepang. Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini mereka tidak bisa mengandalkan supremasi dibidang industri lagi, tetapi mereka harus lebih mengandalkan SDM yang kreatif, sehingga kemudian pada tahun 1990-an dimulailah era

ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas, yang populer disebut Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif.

Ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif, di berbagai negara di dunia saat ini, diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan. Indonesia pun mulai melihat bahwa berbagai subsektor dalam industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan, karena Bangsa Indonesia memiliki sumberdaya insani kreatif dan warisan budaya yang kaya. Wakil Menteri Perdagangan, Bayu Krisnamurthi (viva.co.id, 22 November 2012) mengatakan, dari total ekspor Indonesia, sebanyak 9,25 persennya adalah produk dari industri kreatif. Pada 2010, sebanyak 7,3% produk domestik bruto Indonesia adalah kontribusi dari bisnis kreatif dan menyerap 8,5 juta tenaga kerja"

Ekonomi kreatif ini diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah: (1) relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% per tahun); (2) masih tingginya pengangguran (9-10%), tingginya tingkat kemiskinan (16-17%), dan (4) rendahnya daya saing industri di Indonesia. Selain permasalahan tersebut, ekonomi kreatif ini juga diharapkan dapat menjawab tantangan seperti isu *global warming*, pemanfaatan energi yang terbarukan, deforestasi, dan pengurangan emisi karbon, karena arah pengembangan industri kreatif ini akan menuju pola industri ramah lingkungan dan penciptaan nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya insani yang dimiliki oleh Indonesia, dimana intelektualitas sumber daya insani merupakan sumber daya yang terbarukan.

Pada tahun 2013 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menyiapkan anggaran Rp33 miliar untuk mendorong pengembangan usaha kreatif di Indonesia. Anggaran tersebut merupakan stimulus pendanaan bagi pengembangan ekonomi kreatif di setiap provinsi, yang meliputi 15 sektor yakni periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fashion, film, video, fotografi, permainan kreatif, musik, dan seni pertunjukan.

Secara umum, alasan kuat mengapa industri kreatif ini perlu dikembangkan, karena sektor industri kreatif ini memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, dapat memperkuat citra & identitas

bangsa Indonesia, mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas, dan memiliki dampak sosial yang positif.



Gambar 2: Mengapa Ekonomi Kreatif Perlu Dikembangkan?

Sumber: Pangestu (2008a)

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono telah menerbitkan Instruksi Presiden No.6/2009 tentang pengembangan perekonomian berbasis industri kreatif agar 28 kementerian bersinergi memajukannya dan harus juga dilaksanakan seluruh kepala daerah di Indonesia. Didukung pula dalam *masterplan* pemerintah khususnya Kementerian Dalam Negeri yang menegaskan tahun 2012 merupakan tonggak sejarah lahirnya industri-industri kreatif.

Model pengembangan industry kreatif adalah layaknya sebuah bangunan yang akan menguatkan ekonomi Indonesia, dengan landasan, pilar dan atap sebagai elemen-elemen bangunan tersebut. Dengan model pengembangan industry kreatif ini, maka akan membawa industry kreatif ini dari titik awal (*origin point*) menuju tercapainya visi dan misi industry kreatif Indonesia 2013 (*destination point*). Bangunan industry kreatif ini dipayungi oleh hubungan antara Cendekiawan (*intellectuals*), Bisnis (*business*), dan pemerintah (*Government*) yang disebut sebagai system '*triple helix*' yang merupakan actor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industry kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang dan bersimbiosis mutualisme antara ke-3 aktor tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar

model industry kreatif akan menghasilkan industri kreatif yang berdiri kokoh dan berkesinambungan. Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi maupun administrasi.

Di beberapa kota di Indonesia, perkembangan industri kreatif terlihat mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini ditunjukkan oleh semakin banyaknya industri kreatif baru yang muncul ke permukaan. Contohnya Bandung yang dikenal sebagai pusat industri kreatif. Di sana berkembang distro-distro yang telah dikenal oleh masyarakat luas. Usaha itu telah menghasilkan berbagai jenis pakaian dan telah digunakan oleh kalangan anak-anak sampai dewasa (Primanta, 11 Oktober 2009). Begitupun dengan Denpasar yang dinobatkan sebagai kota kreatif berbasis budaya unggulan (Mantra, 2011).

Pemerintah Provinsi Riau sendiri tengah fokus menggarap ekonomi kreatif yang diakui sangat berpotensi membuka lapangan kerja yang bisa memberikan sumbangan devisa bagi negara. Menurut Kepala Balitbang Riau (riaupos.com, 23 Juni 2012), ekonomi kreatif dinilai akan menjadi salah satu upaya untuk mengatasi masalah kemiskinan di Riau. Potensi kekayaan seni budaya yang kuat menjadi fondasi tumbuhnya industri kreatif di Pekanbaru. Serta keragaman budaya sebagai bahan baku industri kreatif, akan mampu memunculkan aneka ragam kerajinan di Pekanbaru.

Beberapa kebijakan yang telah dilaksanakan Pemerintah Provinsi yang berperan dalam perkembangan industri kreatif di Kota Pekanbaru diantaranya:

- a. Mengadakan program pembinaan usaha, dan kemampuan dalam penguasaan teknologi bagi pengusaha, dan relokasi industri (penyediaan lahan kawasan industri yang terpadu), serta menciptakan sentra-sentra industri kecil menengah. Seperti sentra industri kerajinan kayu di Kecamatan Tampan, dan sentra kerajinan rotan (Kerajinan Industry Rotan/ KIR) di Kecamatan Rumbai (Sungkowo, 2008).
- b. Melalui Badan Penelitian dan Pengembangan (BPP) Riau telah menyiapkan generasi muda untuk dibina, dalam bentuk kerja sama dengan satuan kerja di tingkat kabupaten/kota, Dinas Tenaga kerja, Dinas Pariwisata, Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas-dinas lainnya yang terkait. BPP juga mengawasi dan

- memerdayakan serta melakukan bimbingan kepada pengusaha agar usaha yang sudah ada bisa mengalami kemajuan yang signifikan, hingga mempercepat kesejahteraan ekonomi mereka. Memberikan sosialisasi paten karya mereka melalui HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) (rumahbisnis.org, 17 April 2012).
- c. PNM sebagai BUMN memberikan jasa pembiayaan atau permodalan, dan juga jasa manajemen (*capacity building*) sehingga bisa menopang kualitas jasa pembiayaan (riaubisnis.com, 28 Januari 2013).
 - d. Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Riau, IWAPI Pekanbaru dan Forum Gemar Makan Ikan (Forikan) Riau melaksanakan Pelatihan Peningkatan Sumber Daya Manusia dalam Pengolahan Hasil Perikanan untuk mendorong tumbuhnya industri kreatif (riaupos.com, 10 Januari 2013).
 - e. Penghargaan terhadap insan kreatif melalui Anugerah Sagang tiap tahunnya (sagangonline.com, 01 Juli 2013).

Berdasarkan alasan-alasan di atas, maka industri kreatif ini sudah selayaknya menjadi sektor industri yang menarik untuk dikembangkan dan dikaji dalam suatu penelitian yang berjudul **“peran pemerintah dalam pengembangan industri kreatif di Pekanbaru (studi kasus pada sub sektor kerajinan)”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Adapun rumusan masalah penelitian adalah bagaimanakah peran pemerintah dalam pengembangan industri kreatif di Pekanbaru (studi kasus pada sub sektor kerajinan)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran pemerintah dalam pengembangan industry kreatif di Pekanbaru (studi kasus pada sub sektor kerajinan). Dan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat:

1. Manfaat teoritis yaitu dapat memberikan pemahaman mengenai industri kreatif, sehingga dapat menambah khasanah ilmu dalam suatu kerangka yang saling bersinergi. Juga dapat digunakan sebagai referensi studi atau penelitian selanjutnya dengan ruang lingkup yang berbeda.
2. Manfaat praktis yaitu informasi ini digunakan sebagai referensi mengenai peran pemerintah dalam pengembangan industry kreatif dan menambah informasi dalam pertimbangan pembuatan keputusan, pengembangan dan koordinasi bagi pemerintah sebagai salah satu pemangku kepentingan dari industri kreatif itu sendiri (*triple helix*).

D. Landasan Teori

1. Konsep Industri Kreatif

Sulit untuk menemukan konsep awal dari industri kreatif itu berasal. Ada yang menganggap bahwa konsep ini bermula dari Australia pada awal dekade 1990. Di tahun 1994, Pemerintahan Keating mengeluarkan kebijakan “Bangsa yang Kreatif”, yang dirancang untuk membantu negaranya menghadapi tantangan revolusi teknologi informasi. Di Eropa, terminology industri kreatif dipelopori oleh Inggris, yaitu ketika pada akhir dekade 1990, pemerintah membentuk tim kerja industri kreatif untuk menggambarkan serta mempromosikannya sebagai penggerak ekonomi. Konsep ini diformalisasikan di Departemen Budaya, Media, dan Olahraga (DCMS) lewat 2 dokumen pemetaan kreatif yang dipublikasikan pada tahun 1998 dan 2001.

Definisi industri kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif adalah definisi berdasarkan *UK DCMS Task Force 1998*:

“Creatives industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”

Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 pun menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai berikut (Pangestu, 2008b):

“Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

Sebagai bentuk dukungan Pemerintah yang lebih nyata terhadap pengembangan Industri Kreatif, Presiden Indonesia telah mengeluarkan Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009, kepada 28 instansi pemerintah pusat dan daerah. Presiden menginstruksikan agar seluruh instansi yang disebutkan untuk mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif. Tahun 2009-2015, yakni pengembangan kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia, dengan sasaran, arah, dan strategi.

2. Klasifikasi Sub-sektor Industri Kreatif

Klasifikasi industri kreatif yang digunakan dalam studi mengikuti klasifikasi industri kreatif yang telah dipetakan. Pemetaan industri kreatif terdahulu dalam Studi Industri Kreatif 2007 (Pangestu, 2008b) telah mengklasifikasikan sektor industri kreatif menjadi 14 subsektor industri kreatif. *Base study* klasifikasi industri kreatif Indonesia ini mengacu pada studi pemetaan industri kreatif yang dilakukan oleh DCMS Inggris, yang disesuaikan dengan KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) tahun 2005. Ke-14 subsektor tersebut adalah:

1. Periklanan
2. Arsitektur
3. Pasar dan barang seni
4. Kerajinan
5. Desain
6. Fesyen
7. Film, Video, Fotografi
8. Permainan Interaktif
9. Musik
10. Seni Pertunjukan
11. Penerbitan & Percetakan
12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak

13. Televisi dan Radio
14. Riset & Pengembangan

3. Sub-sektor Industri Kerajinan

Industri Kreatif subsektor kerajinan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur (Pangestu, 2008b).

Berdasarkan bahan baku (*raw material*), produk kerajinan dikategorikan menjadi:

1. *Ceramic* (seperti tanah liat, *erathen ware*, *pottery*, *stoneware*, *porcelain*)
2. Logam (seperti emas, perak, perunggu, besi, tembaga)
3. *Natural fiber*, serat alam (bambu, akar-akaran, rotan)
4. Batu-batuan (seperti batu mulia, *semi precious stone*, jade)
5. Tekstil (seperti *cotton*, sutra, linen)
6. Kayu (termasuk kertas dan *lacquer ware*)

4. Rantai Nilai Subsektor Industri Kerajinan

Pada umumnya, aktivitas-aktivitas dan pihak-pihak yang terkait dalam industri kerajinan adalah seperti yang ditunjukkan pada gambar 3 berikut.



Gambar 3: Rantai Nilai Subsektor Industri Kerajinan

Sumber: Pangestu (2008b)

Dari gambar di atas terlihat bahwa industri kerajinan terdiri dari 2 kelompok utama, yaitu industri pengolahan dan industri jasa perdagangan barang-barang kerajinan. Industri pengolahan menghasilkan produk-produk kerajinan melalui aktivitas-aktivitas di rantai kreasi, produksi dan komersialisasi. UKM/IKM kerajinan merupakan pelaku utama di kelompok pertama ini. Sedangkan industri jasa perdagangan mendistribusikan produk-produk kerajinan melalui saluran-saluran distribusi yang terdiri dari berbagai bentuk *channel* distribusi seperti pasar tradisional, pasar modern, toko, galeri dan *trading house*.

5. 47 Kategori Lapangan Usaha pada Sub-sektor Kerajinan

Lapangan usaha yang termasuk dalam subsektor kerajinan, yang mengacu pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2005 dalam Departemen Perdagangan Indonesia (Pangestu, 2008a) adalah:

1. Kelompok 17124, yaitu industri Batik yang mencakup usaha pematikan dengan proses malam (lilin) baik yang dilakukan dengan tulis, cap, maupun kombinasi antara cap dengan tulis;
2. Kelompok 17220, yaitu industri Permadani yang mencakup usaha pembuatan permadani dan sejenisnya, yang terbuat dari serat, baik serat alam, sintetis, maupun serat campuran, baik yang dikerjakan dengan proses tenun (*woven*), *tufting*, *braiding*, *flocking*, dan *needle punching*;

3. Kelompok 17293, yaitu industri Bordir/Sulaman yang mencakup usaha bordir/sulaman, baik yang dikerjakan dengan tangan maupun dengan mesin, seperti : kain sulaman, pakaian jadi/barang jadi sulaman, dan *badge*;
4. Kelompok 17301, yaitu industri Kain Rajut yang mencakup usaha pembuatan kain yang dibuat dengan cara rajut ataupun renda;
5. Kelompok 19129, yaitu industri Barang Dari Kulit dan Kulit Buatan untuk keperluan lainnya yang mencakup usaha pembuatan barang-barang dari kulit dan kulit buatan seperti: jok, dan kerajinan tatah sungging (hiasan, wayang, dan kap lampu);
6. Kelompok 20291, yaitu industri Anyam-anyaman dari Rotan dan Bambu yang mencakup usaha pembuatan macam-macam tikar, *webbing*, lampit, tas, topi, tampah, kukusan, bakul kipas, tatakan, bilik/gedek dan sejenisnya yang bahan utamanya dari rotan atau bambu;
7. Kelompok 20292, yaitu industri Anyam-anyaman dari Tanaman, Selain Rotan dan Bambu yang mencakup usaha pembuatan tikar, keset, tas, topi, tatakan, dan kerajinan tangan lainnya yang bahan utamanya dari pandan, mendong, serat, rumput, dan sejenisnya;
8. Kelompok 20293, yaitu industri Kerajinan Ukir-ukiran dari Kayu kecuali *Mebeller* yang mencakup usaha pembuatan macam-macam barang kerajinan dan ukir-ukiran dari kayu, seperti: *relief*, topeng patung, wayang, vas bunga, pigura, dan kap lampu;
9. Kelompok 20294, yaitu Industri Alat-alat Dapur dari Kayu, Rotan dan Bambu yang mencakup usaha pembuatan alat-alat dapur yang bahan utamanya kayu, bambu dan rotan, seperti: rak piring, rak bumbu masak, parutan, alu, lesung, talenan, cobek, dan sejenisnya;
10. Kelompok 20299, yaitu Industri Barang dari Kayu, Rotan, Gabus yang tidak diklasifikasikan ditempat lain yang mencakup usaha pembuatan barang-barang dari kayu, rotan, dan gabus, yang belum tercakup sebelumnya. Barang-barang dari kayu misalnya: alat tenun, peti mati, pajangan dari rotan, ayunan bayi dari rotan, kuda-kudaan dari rotan;
11. Kelompok 26121, yaitu Industri Perlengkapan dan Peralatan Rumah tangga dari Gelas yang mencakup usaha pembuatan macam-macam perlengkapan rumah tangga dari gelas, seperti cangkir, piring, mangkuk, teko, stoples, asbak, dan botol susu bayi;

- barang-barang pajangan dari gelas, seperti: patung, vas, lampu kristal, semprong lampu tekan dan semprong lampu tempel;
12. Kelompok 26129, yaitu Industri Barang-barang Lainnya dari Gelas yang mencakup usaha pembuatan macam-macam barang dari gelas seperti: tasbih, rosario, manik gelas, gelas enamel, dan aquarium, serta bahan bangunan dari gelas seperti: bata, ubin, dan genteng;
 13. Kelompok 26201, yaitu industri Perlengkapan Rumah tangga dari Porselin yang mencakup pembuatan macam-macam perlengkapan rumah tangga dari porselen, seperti: piring, tatakan, cangkir, mangkuk, teko, sendok, dan asbak, serta usaha pembuatan barang pajangan dari porselen seperti: patung, tempat bunga, kotak rokok, dan guci;
 14. Kelompok 26321, yaitu industri Barang-barang dari Tanah Liat yang mencakup usaha pembuatan barang dari tanah liat/keramik untuk perlengkapan rumah tangga, pajangan/hiasan, dan sejenisnya, seperti: piring, cangkir, mangkuk, kendi, teko, periuk, tempayan, patung, vas bunga, tempat piring, sigaret, dan celengan;
 15. Kelompok 26324, yaitu industri Bahan bangunan dari Tanah Liat/Keramik selain Batu Bata dan Genteng yang mencakup usaha pembuatan barang dari tanah liat/keramik seperti: kloset, ubin, dan lubang angin;
 16. Kelompok 26501, yaitu Industri Barang dari Marmer dan Granit untuk Keperluan Rumah Tangga dan Pajangan yang mencakup usaha pembuatan macam-macam barang dari marmer/granit untuk keperluan rumah tangga dan pajangan, seperti: daun meja, ornamen, dan patung;
 17. Kelompok 26503, yaitu industri Barang dari Batu untuk Keperluan Rumah Tangga dan Pajangan yang mencakup pembuatan macam-macam barang dari batu untuk keperluan rumah tangga dan pajangan. Seperti: lumpang, cobek, batu pipisan, batu asah, batu lempengan, batu pecah-pecahan, abu batu, dan kubus mozaik;
 18. Kelompok 28920, yaitu jasa industri Untuk Bahan Berbagai Pekerjaan Khusus Terhadap Logam dan Barang-barang dari Logam yang mencakup kegiatan jasa industri untuk pelapisan, pemolesan, pewarnaan, pengukiran, pengerasan, pengkilapan, pengelasan, pemotongan, dan berbagai pekerjaan khusus terhadap logam atau barang-barang dari logam;

19. Kelompok 36101, yaitu industri Furnitur dari Kayu yang mencakup usaha pembuatan furnitur dari kayu untuk rumah tangga dan kantor seperti: meja, kursi, bangku, tempat tidur, lemari, rak, kabinet, penyekat ruangan, dan sejenisnya;
20. Kelompok 36102, yaitu industri Furnitur dari Rotan, dan atau Bambu yang mencakup pembuatan furnitur dengan bahan utamanya dari rotan dan atau bambu seperti: meja, kursi, bangku, tempat tidur, lemari, rak, penyekat ruangan dan sejenisnya;
21. Kelompok 36104, yaitu Industri Furnitur dari Logam yang mencakup pembuatan furnitur untuk rumah tangga dan kantor yang bahan utamanya dari logam seperti: meja, kursi, rak, *spring bed*, dan sejenisnya;
22. Kelompok 36109, yaitu Industri Furnitur yang mencakup pembuatan furnitur yang bahan utamanya bukan kayu, rotan, bambu, logam, plastik, dan bukan barang imitasi, seperti: kasur, bantal, dan guling dari kapuk, dakron, dan sejenisnya;
23. Kelompok 36911, yaitu Industri Permata yang mencakup usaha pemotongan pengesahan, dan penghalusan batu berharga atau permata dan sejenisnya seperti berlian perhiasan, intan perhiasan, batu aji, dan intan tiruan;
24. Kelompok 36912, yaitu Industri Barang Perhiasan Berharga untuk Keperluan Pribadi dari Logam Mulia yang mencakup usaha pembuatan barang-barang, perhiasan yang bahan utamanya dari logam mulia (emas, platina, dan perak) untuk keperluan pribadi, seperti: cincin, kalung, gelang, giwang, bros, ikat pinggang, dan kancing, termasuk bagian dan perlengkapannya;
25. Kelompok 36913, yaitu Industri Barang Perhiasan Berharga Bukan untuk Keperluan Pribadi dari Logam Mulia yang mencakup usaha pembuatan perhiasan yang bahan utamanya dari logam mulia selain untuk keperluan pribadi, seperti: peralatan makan dan minum, barang hiasan untuk rumah tangga, piala, medali dan noveltis, termasuk bagian dan perlengkapannya;
26. Kelompok 36915, yaitu Industri Barang Perhiasan Bukan untuk Keperluan Pribadi dari bukan Logam Mulia yang mencakup usaha pembuatan barang-barang perhiasan dari logam tidak mulia selain untuk keperluan pribadi, seperti: tempat cerutu, tempat sirih, piala, medali, dan vas bunga, termasuk pembuatan koin baik yang legal sebagai alat tukar maupun tidak.

27. Kelompok 36921, yaitu Industri Alat-alat Musik Tradisional yang mencakup usaha pembuatan alat-alat musik tradisional, seperti: kecapi, seruling bambu, angklung, calung, kulintang, gong, gambang, gendang, terompet tradisional, rebab dan tifa;
28. Kelompok 36922, yaitu Industri Alat-Alat Musik Non Tradisional yang mencakup usaha pembuatan alat-alat musik non tradisional, seperti: alat musik petik, (gitar, bas, dan sejenisnya), alat musik tiup (terompet, *saxophone*, *clarinet*, harmonika, dan sejenisnya), alat musik gesek (biola, *cello*, dan sejenisnya), alat musik perkusi (drum set, selofon, metalofon, dan sejenisnya), serta usaha pembuatan piano/organ, pianika gamitan, akordeon, dan garputala.
29. Kelompok 36942, yaitu Industri Mainan yang mencakup usaha pembuatan macam-macam mainan, seperti: boneka dari kayu, kain, karet, dan sejenisnya, catur, mainan jenis kendaraan, mainan berupa senjata, *toys set*, dan mainan edukatif dari kayu, bambu atau rotan;
30. Kelompok 36933, yaitu Industri Kerajinan yang tidak diklasifikasikan di tempat lain yang mencakup usaha pembuatan barang-barang kerajinan dari bahan tumbuh-tumbuhan dan hewan, seperti: kerajinan pohon kelapa, tempurung, serabut, akar-akaran, kulit, gading, tanduk, tulang, bulu, rambut, binatang yang diawetkan dan barang-barang lukisan;
31. Kelompok 51391, yaitu Perdagangan Besar barang-barang keperluan rumah tangga khususnya mencakup usaha perdagangan besar peralatan dan perlengkapan rumah tangga, seperti: perabot rumah tangga (furnitur), peralatan dapur dan memasak, lampu dan perlengkapannya, peralatan dari kayu, *wallpaper*, karpet dan sebagainya.
32. Kelompok 51399, yaitu Perdagangan Besar berbagai barang-barang dan perlengkapan rumah tangga lainnya, mencakup usaha perdagangan besar berbagai barang-barang dan perlengkapan rumah tangga lainnya, seperti: mainan anak-anak, jam dan sejenisnya, perhiasan, barang-barang dari kulit, dan barang kerajinan lainnya.
33. Kelompok 52326, yaitu Perdagangan Eceran Barang Perhiasan yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang perhiasan baik terbuat dari batu mulia, ataupun bukan logam mulia seperti: berlian, intan, batu aji, serbuk dan bubuk intan, cincin, kalung, gelang, giwang/anting-anting, tusuk konde peniti, *bross*, ikat pinggang, dan kancing dari logam mulia (platina, emas, dan perak);

34. Kelompok 52327, yaitu Perdagangan Eceran Jam yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus berbagai jam, seperti: arloji tangan, arloji saku, jam dinding, jam beker, lonceng, dan alat ukur lainnya, termasuk juga bagian dari arloji dan jam;
35. Kelompok 52331, yaitu Perdagangan Eceran Furnitur yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus furnitur, seperti: meja, kursi, lemari, tempat tidur, rak buku, rak sepatu, dan *bufet*, serta perdagangan eceran khusus kasur dan bantal/guling;
36. Kelompok 52335, yaitu Perdagangan Eceran Barang Pecah Belah dan Perlengkapan Dapur dari Batu atau Tanah Liat yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang pecah belah dan perlengkapan dapur yang terbuat dari batu atau tanah liat, seperti: piring, mangkok, cangkir, teko, kendi, periuk, cobek, tempayan, lumpang, asbak, dan uleg-uleg;
37. Kelompok 52336, yaitu Perdagangan Eceran Barang Pecah Belah dan Perlengkapan Dapur dari kayu, Bambu atau Rotan yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang pecah belah dan perlengkapan dapur yang terbuat dari kayu, bambu, atau rotan, seperti: rak bambu, alu, lesung, parutan kelapa, telenan, papan gilesan, centong, bakul, tampah, kukusan, kipas, tudung saji, tusukan sate, gilingan daging;
38. Kelompok 52365, yaitu Perdagangan eceran Alat-alat Musik yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus alat-alat musik, baik alat musik tradisional maupun alat musik modern, seperti: kecapi, seruling bambu, calung, angklung, kulintang, gamelan, set, rebab, rebana, tifa, sasando, *flute*, *saxophone*, harmonika, *trombone*, gitar, mandolin, ukulele, harpa, *bass*, gambus, biola, *cello*, piano/organ, *drum set*, dan garputala;
39. Kelompok 52381, yaitu Perdagangan Eceran Barang Kerajinan dari Kayu, Bambu, Rotan, Pandan, Rumput dan sejenisnya yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang kerajinan dari kayu, bambu, rotan, pandan, rumput, dan sejenisnya, seperti: patung, topeng, relief, ukiran nama, wayang, pigura, kap lampu, bingkai, talam/baki, tas, keranjang, tikar, topi./tudung, kerai, hiasan dinding, dan keset;
40. Kelompok 52382, yaitu Perdagangan Eceran Barang Kerajinan dari Kulit, Tulang, Tanduk, Gading, Bulu dan Binatang/Hewan yang diawetkan yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang kerajinan dari kulit, tulang, tanduk, bulu, dan binatang/hewan yang diawetkan, seperti: kipas dari kulit penyu, karangan bunga dari

- kulit kerang, pipa rokok dari tulang, pajangan dari tanduk, pajangan dari gading, pajangan dari bulu burung merak, dan binatang/hewan yang diawetkan;
41. Kelompok 52383, yaitu Perdagangan Eceran Barang Kerajinan dari Logam yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang kerajinan dari logam, seperti: vas bunga, patung, tempat lilin, piala, medali, dan gantungan kunci;
 42. Kelompok 52384, yaitu Perdagangan Eceran Barang Kerajinan dari Keramik yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang kerajinan dari keramik, seperti: patung, vas bunga, asbak, tempat sirih, celengan dan pot bunga;
 43. Kelompok 52385, yaitu Perdagangan Eceran Mainan Anak-anak yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus macam-macam mainan anak-anak, seperti: boneka, bekel, congklak, *scrabble*, karambol, mainan yang berupa alat musik, mobil-mobilan, mainan berupa senjata, mainan berupa alat memasak, dan mainan berupa perabotan rumah tangga;
 44. Kelompok 52386, yaitu Perdagangan Eceran Lukisan yang mencakup usaha perdagangan eceran khusus barang-barang lukisan, seperti: lukisan orang, lukisan binatang, dan lukisan pemandangan;
 45. Kelompok 52389, yaitu Perdagangan Eceran Barang-barang Kerajinan, Mainan Anak-anak, dan Lukisan lainnya;
 46. Kelompok 52581, yaitu Perdagangan Eceran Kaki Lima Barang Kerajinan yang mencakup usaha perdagangan eceran kaki lima barang kerajinan dari kayu, bambu, rotan, pandan, rumput dan sejenisnya, kulit, tulang, tanduk, gading, bulu dan hewan yang diawetkan, logam, keramik yang dilakukan dipinggir jalan umum, serambi muka (emper), toko atau tempat tetap dipasar yang dapat dipindah-pindah atau didorong seperti: patung, topeng, *relief*, ukiran nama, wayang, keranjang, tikar, topi/tudung, kerai, pajangan dari tanduk, pipa rokok dari tulang, vas bunga, tempat lilin piala dari logam, asbak, *celengan pot* bunga dari keramik, dan lain-lain; dan
 47. Kelompok 52583, yaitu Perdagangan Eceran Kaki Lima Lukisan. Kelompok ini mencakup usaha perdagangan eceran barang-barang lukisan yang dilakukan di pinggir jalan umum, serambi muka (emper), toko atau tempat tetap dipasar yang dapat dipindah-pindah atau didorong seperti: lukisan orang, binatang dan pemandangan.

6. Kontribusi Ekonomi Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

Kontribusi ekonomi subsektor industri kerajinan ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1: Kontribusi Ekonomi Subsektor Kerajinan

Indikator	Satuan	2002	2003	2004	2005	2006	Rata-rata
1. Berbasis Produk Domestik Bruto (PDB)							
a. Nilai Tambah	Miliar Rupiah	30.680	29.730	29.936	27.971	26.731	29.009
b. % Nilai terhadap Industri Kreatif	Persen	30,05%	29,66%	27,61%	25,98%	25,51%	27,72%
c. Pertumbuhan Nilai Tambah	Persen	-	-3,10%	0,69%	-6,56%	-4,43%	-3,35%
d. % Nilai terhadap Total PDB	Persen	2,04%	1,89%	1,81%	1,60%	1,45%	1,76%
2. Berbasis Ketenagakerjaan							
a. Jumlah Tenaga Kerja	Orang	2.088.227	1.812.472	1.936.350	1.668.473	1.523.059	1.805.716
b. Tingkat Partisipasi Tenaga Kerja Terhadap Industri Kreatif	Persen	35,62%	35,85%	33,11%	31,27%	31,07%	33,43%
c. Tingkat Partisipasi Tenaga Kerja Terhadap Total Pekerja	Persen	2,28%	2,00%	2,07%	1,76%	1,60%	1,94%
d. Pertumbuhan Jumlah Tenaga kerja	Persen	-	-13,21%	6,83%	-13,83%	-8,72%	-7,23%
e. Produktivitas Tenaga kerja	Ribu Rupiah/ pekerja pertahun	14.692	16.403	15.460	16.764	17.551	16.174
3. Berbasis Nilai Ekspor							
a. Nilai Ekspor	Ribu Rupiah	22.412.716.523	21.608.435.950	24.405.455.354	26.059.589.876	26.414.919.077	24.180.223.356
b. Pertumbuhan Ekspor	Persen	-	-3,59%	12,94%	6,78%	1,36%	4,37%
c. % Nilai ekspor terhadap industri kreatif	Persen	37,26%	37,09%	34,74%	33,50%	32,44%	35,00%
d. % Nilai Ekspor terhadap Total Ekspor	Persen	4,42%	4,26%	3,68%	3,29%	2,96%	3,72%
4. Berbasis Jumlah Perusahaan							
a. Jumlah Perusahaan	Perusahaan	1.132.861	942.843	1.021.291	820.782	722.752	928.106
b. Pertumbuhan Jumlah Perusahaan	Persen	-	-16,77%	8,32%	-19,63%	-11,94%	-10,01%
c. % Jumlah perusahaan terhadap industri kreatif	Persen	38,40%	39,09%	35,14%	32,85%	33,02%	35,70%
d. % Jumlah perusahaan terhadap jumlah perusahaan total	Persen	2,67%	2,28%	2,39%	1,97%	1,71%	2,20%

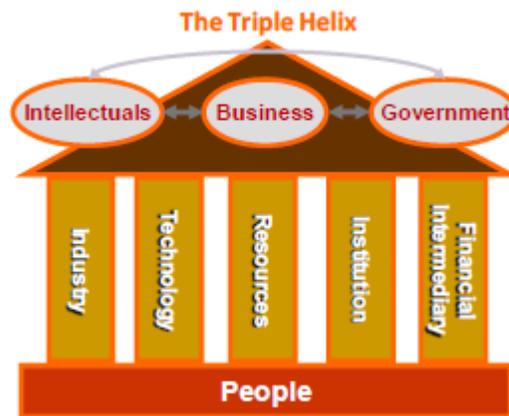
Sumber: Pangestu (2008a)

Catatan: Peringkat untuk indikator ekonomi berbasis PDB, ketenagakerjaan, dan Jumlah Perusahaan, adalah terhadap 9 sektor lapangan usaha utama yang dipublikasikan oleh BPS
Peringkat untuk indikator berbasis ekspor, adalah terhadap 10 komoditi unggulan yang dipublikasikan oleh BPS

Berdasarkan studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia di tahun 2007 diperoleh informasi kontribusi Industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia yang dapat dibedakan berdasarkan 5 indikator utama, yaitu berdasarkan: (a) Produk Domestik Bruto; (b) Ketenagakerjaan; (c) Jumlah Perusahaan; (d) Ekspor serta; (e) dampak terhadap sektor lain.

7. Model Pengembangan Ekonomi Kreatif

Model pengembangan industry kreatif adalah layaknya sebuah bangunan yang menguatkan ekonomi Indonesia, dengan landasan, atap dan pilar sebagai elemen-elemen bangunan tersebut. Dengan model pengembangan industry kreatif ini, maka akan membawa industry kreatif ini dari titik awal (*origin point*) menuju tercapainya visi dan misi industry kreatif Indonesia 2013 (*destination point*). Model tersebut dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4: Model Pengembangan Ekonomi Kreatif

Sumber: (2008a)

Pondasi industry kreatif adalah sumber daya insani (*people*) Indonesia yang merupakan elemen terpenting dalam industry kreatif. Keunikan industry kreatif -yang menjadi ciri bagi hampir seluruh sektor industry kreatif yang terdapat dalam industry kreatif- adalah peran sentral sumber daya insani sebagai modal insani disbanding faktor-faktor produksi lainnya.

Dalam model tersebut terdapat 5 pilar yang perlu terus diperkuat sehingga industry kreatif dapat terus tumbuh dan berkembang mencapai visi dan misi ekonomi Indonesia. Kelima pilar ekonomi kreatif adalah *industry*, *technology*, *resources*, *institution*, *financial intermediary*.

Bangunan industry kreatif ini dipayungi oleh hubungan antara Cendekiawan (*intellectuals*), Bisnis (*business*), dan pemerintah (*Government*) yang disebut sebagai system '*triple helix*' yang merupakan aktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu

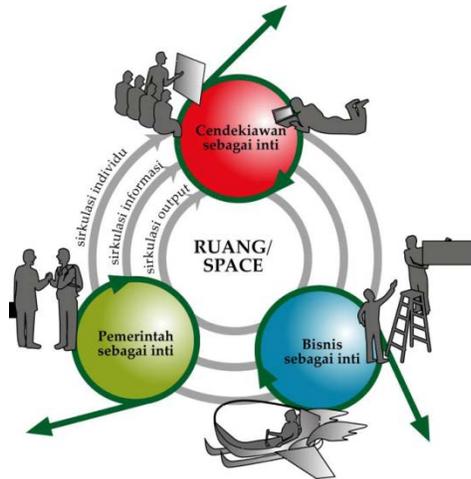
pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industry kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang dan bersimbiosis mutualisme antara ke-3 aktor tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model industry kreatif akan menghasilkan industry kreatif yang berdiri kokoh dan berkesinambungan.

8. Pola Interaksi *Triple Helix*

Teori mengenai *Triple Helix* pada awalnya dipopulerkan oleh Etzkowitz&Leydersdorff sebagai metode pembangunan kebijakan berbasis inovasi. Teori ini mengungkapkan pentingnya penciptaan tiga kutub, yaitu akademisi, bisnis, dan pemerintah – di Indonesia dikenal sebagai konsep ABG-.

Dari teorinya tujuan dari ABG adalah ekonomi berkelanjutan berbasis ilmu pengetahuan. Dari sinergi ini diharapkan terjadi sirkulasi ilmu pengetahuan yang berujung pada inovasi. Yaitu, inovasi yang memiliki potensi ekonomi atau kapitalisasi ilmu pengetahuan (*knowledge capital*). *Triple Helix* sebagai aktor utama harus selalu bergerak melakukan sirkulasi untuk membentuk *knowledge spaces*. Ruang pengetahuan dimana ketiga aktor sudah memiliki pengetahuan dan pemahaman yang setara yang mengarahkan ketiga aktor ini untuk membentuk *consensus space*, ruang kesepakatan dimana ketiga aktor ini mulai membuat kesepakatan dan komitmen atas suatu hal yang akhirnya akan mengarahkan pada terbentuknya *innovation spaces*, ruang inovasi yang dapat dikemas menjadi produk kreatif bernilai ekonomis. Sirkulasi ini selalu berusaha menciptakan kebaruan (inovasi) dan inovasi sering mengubah struktur yang telah ada (membuat tidak stabil). Ilmuwan ekonomi, Joseph Schumpeter (Schumpeter, 1934) menyebutkan faktor pengubah ini sebagai *Creative Destruction* yang berarti, munculnya inovasi baru di dalam industry akan menggusur industry-industri lama yang tidak kreatif dan menggantinya dengan yang kreatif.

Teori diatas diadaptasi untuk mengembangkan ekonomi kreatif Indonesia dengan konsep aktor '*triple helix*' yang sedikit berbeda, yaitu cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*) dan pemerintah (*government*) atau disingkat menjadi IBG yang digambarkan pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5: Pola Interaksi Triple Helix Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia

Sumber: Pangestu (2008a)

Faktor dominan dalam *triple helix* yang dapat menumbuhkan kreativitas dalam masyarakat Indonesia adalah kemampuan menciptakan interaksi dan komunikasi yang dinamis antara:

- a. Cendekiawan (*intellectuals*). Terkait dengan aktivitas-aktivitas penciptaan baru (*novelty*) yang memiliki daya tawar kepada pasar serta pembentukan insan kreatif.
- b. Bisnis (*business*). Keterhubungan dalam rangka pertukaran ekonomi (*economic exchange relations*) serta transformasi kreativitas menjadi nilai ekonomi.
- c. Pemerintah (*government*). Mekanisme pemberian program insentif, kendali iklim usaha yang kondusif, arahan edukatif serta terhadap masyarakat dan dunia swasta untuk mendukung pengembangan industry kreatif.

Sementara peran mendasar dari ketiga actor dalam '*triple helix*' adalah bagaimana menciptakan masyarakat yang kreatif, yang akan mendorong masyarakat Indonesia untuk aktif dalam melakukan desain dan R&D yang akan menciptakan inovasi, produktivitas serta kinerja bisnis yang baik.

9. Peran Pemerintah dalam Perkembangan Industri Kreatif

Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi maupun administrasi. Pemerintah pusat meliputi departemen-departemen dan badan-badan. Pemerintah daerah meliputi pemerintah daerah tingkat I, II, sampai kepada hirarki terendah pemerintah daerah (Pangestu, 2008b).

Keterlibatan pemerintah setidaknya dilatarbelakangi oleh beberapa hal antara lain (Pangestu, 2008b):

- a. Kegagalan pasar (*market failure*);
- b. Mobilisasi dan alokasi sumber daya;
- c. Dampak psikologis dan dampak terhadap sikap/ perilaku
- d. Pemerataan pembangunan.

Hingga saat ini, beberapa inisiatif yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk menumbuhkembangkan industri kreatif ini antara lain (Pangestu, 2008a):

- a. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, yaitu pada Bab VI Pasal 17 yang menyatakan bahwa Desain produk industri mendapat perlindungan hukum.
- b. Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri dalam Perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual.
- c. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 20/MPP/Kep/I/2001 tentang pembentukan Dewan Desain Nasional/Pusat Desain Nasional (PDN).
- d. Pusat Desain Nasional (PDN) Sejak tahun 2001 s/d 2006, telah memilih 532 desain produk terbaik Indonesia.
- e. Tahun 2006, Departemen Perdagangan Republik Indonesia memprakarsai peluncuran program *Indonesia Design Power* yang beranggotakan Departemen Perdagangan RI, Departemen Perindustrian RI, Kementerian Koperasi dan UKM serta Kamar Dagang Indonesia (KADIN).
- f. Tahun 2007, diselenggarakan Pameran Pekan Budaya Indonesia, berdasarkan arahan Presiden, dan diprakarsai oleh: Kantor Menteri Koordinator Kesejahteraan

Masyarakat, serta melibatkan lintas departemen antara lain: Departemen Perindustrian, Perdagangan, Budaya & Pariwisata, dan Kementrian UKM & Koperasi.

- g. Tahun 2007, Departemen Perdagangan RI meluncurkan hasil studi pemetaan Industri Kreatif Indonesia dan menetapkan 14 subsektor Industri Kreatif Indonesia berdasarkan studi akademik atas Klasifikasi Baku Usaha Industri Indonesia (KBLI) yang diolah dari
- h. data Badan Pusat Statistik dan sumber data lainnya (asosiasi, komunitas kreatif, lembaga pendidikan, lembaga penelitian) yang rilis di media cetak, terkait dengan industri kreatif.

Peran utama Pemerintah dalam pengembangan industri kreatif adalah (Pangestu, 2008b):

- a. Katalisator, fasilitator, dan advokasi. Yaitu peran Pemerintah dalam memberikan rangsangan, tantangan, dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ke tingkat kompetensi yang lebih tinggi. Tidak selamanya dukungan itu haruslah berupa bantuan finansial, insentif maupun proteksi, tetapi dapat juga berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan kekuatan politiknya dengan proporsional dan dengan memberikan pelayanan administrasi public dengan baik;
- b. *Regulator*. Yaitu peran Pemerintah dalam menghasilkan kebijakan-kebijakan yang berikaitan dengan *people*, industry, institusi, intermediasi, sumberdaya, dan teknologi. Pemerintah dapat memperlambat perkembangan industry kreatif jika pemerintah mampu membuat kebijakan-kebijakan yang menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi industry kreatif. Pemerintah juga harus mengatur bahwa kebijakan yang telah dikeluarkan dijalankan dengan baik.
- c. Konsumen, investor bahkan *entrepreneur*. Pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan asset Negara untuk menjadi produktif dalam lingkup industry kreatif dan bertanggungjawab terhadap investasi infrastruktur industry. Sebagai konsumen, pemerintah perlu merevitalisasi kebijakan *procurement* yang dimiliki dengan prioritas penggunaan produk-produk kreatif. Sebagai *entrepreneur*, pemerintah secara tidak langsung memiliki otoritas terhadap Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

- d. *Urban planner*. Kreativitas akan tumbuh dengan subur di kota-kota yang memiliki iklim kreatif. Agar pengembangan ekonomi kreatif ini berjalan dengan baik, maka perlu diciptakan kota-kota kreatif di Indonesia. Pemerintah memiliki peran sentral dalam penciptaan kota kreatif (*creative city*), yang mampu mengakumulasi dan mengkonsentrasikan energy dari individu-individu kreatif menjadi magnet yang menarik minat individu/ perusahaan untuk membuka usaha di Indonesia. Ini bisa terjadi karena individu/ perusahaan tersebut merasa yakin bisa berinvestasi secara serius (jangka panjang) di kota-kota itu, karena melihat adanya potensi suplai SDM yang berpengetahuan tinggi yang bersikulasi aktif di dalam daerah itu. Silicon Valley di San Jone Amerika, Mumbai, Bangalore di India adalah kota-kota yang sudah dijuluki sebagai kota kreatif. Banyak kota-kota di Indonesia yang memiliki energy yang cukup untuk dijadikan kandidat kota kreatif.

10. Faktor Penggerak Pengembangan Industri Kreatif

Yang dimaksud dengan faktor penggerak adalah aspek-aspek, kondisi, mekanisme yang dianggap sebagai variable utama penentu keberhasilan pengembangan industry kreatif. Faktor penggerak inti merupakan faktor-faktor penting untuk membentuk pondasi dan pilar yang kokoh yang secara dominan akan digerakkan oleh actor tertentu, sehingga penguatan pondasi dan pilar pada model pengembangan industry kreatif dapat tercapai (Pangestu, 2008b). Keterkaitan antara faktor penggerak dengan actor yang berperan dalam mengembangkan ekonomi kreatif dapat dilihat pada gambar 6 dibawah ini.



Gambar 6: Aktor Utama dan Faktor Penggerak Pengembangan Industri Kreatif

Sumber: (Pangestu, 2008b)

Penjelasan faktor penggerak yang digerakkan oleh Pemerintah sebagai salah satu dari tiga actor (*triple helix*) adalah sebagai berikut:

- a. Arahan edukatif. Arahan strategis dari pemerintah tentang bagaimana mengembangkan insan-manusia kreatif yang menghargai budaya dan sejarah. Misalnya pembuatan program bahwa pendidikan seni, sejarah bangsa dan budaya menjadi disiplin ilmu wajib di setiap jenjang pendidikan, dari pendidikan dasar sampai dengan perguruan tinggi.
- b. Penghargaan insan kreatif&konservasi. Penghargaan tidak selalu dalam bentuk uang, namun suatu pengakuan atas dedikasi, ilmu pengetahuan, bakat, keterampilan serta talenta individu tersebut. Apresiasi dan penghargaan ini juga merupakan cermin dari keseriusan pemerintah dalam memperjuangkan hak cipta anak bangsa yang kemudian terkait pula dengan penegakan hukum melalui HKI. Sedangkan konservasi merupakan tindakan nyata dari pemerintah untuk melestarikan budaya dan warisan budaya serta sejarah bangsa dengan mendirikan museum-museum serta memberikan arahan edukatif yang dapat meningkatkan penghargaan atas budaya&warisan budaya serta sejarah bangsa Indonesia, yang pada akhirnya akan berimbas pada reputasi Negara di mata internasional sehingga dapat menumbuhkan sisi permintaan serta

- penawaran di industry kreatif, sehingga akan terbentuk nilai ekonomi yang dapat mensejahterakan masyarakat Indonesia.
- c. Insentif. Insentif adalah kemudahan-kemudahan atau tambahan penghasilan baik berupa uang, barang, dsb yang diberikan untuk meningkatkan gairah untuk berusaha, berkembang ataupun bekerja. Insentif dapat diberikan oleh pemerintah dalam beberapa kondisi, yaitu dalam kondisi negative, positif, berkembang dan kompetitif.
 - d. Iklim usaha yang kondusif, merupakan situasi serta kondisi lingkungan usaha yang dapat mendukung pertumbuhan industry kreatif. Dapat dilakukan Pemerintah dengan upaya menciptakan toleransi antar budaya&agama, klaster dan kota kreatif, administrasi kreatif, kebijakan persaingan, jalur distribusi dan konektivitas antar daerah, *public spaces&places*, perlindungan HKI.

11. Perkembangan Industri

Menurut McLeod (1989) dalam Soraya (2011), perkembangan (*development*) adalah proses atau tahapan pertumbuhan ke arah yang lebih maju. Pertumbuhan (*growth*) berarti tahapan peningkatan sesuatu dalam hal jumlah, ukuran, dan arti pentingnya. Pertumbuhan juga dapat berarti sebuah tahapan perkembangan (*a stage of development*). Setiap industri biasanya mengharapkan agar industrinya tumbuh dan berkembang memenuhi tujuan didirikannya yaitu sanggup mencapai keuntungan yang maksimal secara efektif dan efisien (Tjiptono, 1996).

E. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu Kota di Provinsi Riau yaitu Kota Pekanbaru.

2. Sumber Data

- a. Data primer
Diperoleh langsung dari pengusaha industri kreatif.
- b. Data sekunder

Peneliti menggunakan data dari Departemen Perdagangan Republik Indonesia dan referensi lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

3. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pengusaha industri kreatif sub sektor kerajinan yang terbagi ke dalam 47 lapangan usaha yang mengacu pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2005 dalam (Pangestu, 2008a). Peneliti memfokuskan penelitian pada sub-sektor kerajinan karena sub-sektor ini telah banyak menyumbang nilai ekspor yang cukup tinggi dalam beberapa tahun belakangan ini dan juga telah menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Quota Sampling*. Menurut Tika (2006), *quota sampling* adalah metode pengambilan sampel yang mempunyai ciri-ciri tertentu sesuai dengan jumlah atau kuota yang diinginkan.

Dalam penelitian ini, berdasarkan klasifikasi 47 lapangan usaha dan jumlah (kuota) yang diinginkan peneliti yaitu 1 (satu) lapangan usaha tiap sub populasi (lapangan usaha). Berdasarkan observasi lapangan dari peneliti, diketahui hanya terdapat 30 lapangan usaha dari 47 klasifikasi lapangan usaha industri kreatif sub-sektor kerajinan. Sehingga, sampel dalam penelitian ini adalah 30 pengusaha dari 30 lapangan usaha yang berbeda. Dimana, 17 lapangan usaha yang belum ada di Pekanbaru adalah industri batik; industri permadani; industri barang dari kulit dan kulit buatan; industri anyam-anyaman dari tanaman selain rotan dan bambu; industri alat dapur dari kayu, rotan dan bambu; industri perlengkapan dan peralatan rumah tangga dari gelas; industri perlengkapan rumah tangga dari porselin; industri bahan bangunan dari tanah liat/ keramik selain batu bata dan genteng; industri barang dari marmer dan granit untuk keperluan rumah tangga dan pajangan; industri barang dari batu untuk keperluan rumah tangga dan pajangan; industri permata; industri barang perhiasan berharga untuk keperluan pribadi; industri barang persiapan berharga bukan untuk keperluan pribadi; industri alat-alat music tradisional; industri alat-alat music non tradisional; dan perdagangan eceran barang kerajinan dari kulit.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan diantaranya:

- a. Kuesioner.
Informasi yang diperoleh berkaitan dengan peran pemerintah dalam perkembangan industri kreatif sub-sektor kerajinan yang terbagi ke dalam 30 lapangan usaha.
- b. Observasi.
Untuk melengkapi pengumpulan data, peneliti menggunakan metode observasi sistematis, yaitu observasi yang dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan secara sistematis unsur-unsur yang akan diobservasi (Tika, 2006).

5. Definisi Konseptual, Operasional Variabel, dan Pengukuran

a. Definisi Konseptual

Dalam rangka mempermudah memahami konsep dalam penelitian ini, penulis memberikan batasan-batasan operasional sebagai berikut:

- 1) Peran Pemerintah adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi maupun administrasi. Meliputi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Riau, Dinas Pariwisata, Kesenian dan Kebudayaan Provinsi Riau, Dinas perindustrian dan perdagangan, Kamar Dagang dan Industri, Asosiasi, BUMN, dan sebagainya.
- 2) Peran katalisator, fasilitator, dan advokasi adalah peran pemerintah dalam memberikan rangsangan, tantangan, dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak menghasilkan suatu produk kreatif.
- 3) Peran regulator adalah peran pemerintah dalam menghasilkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan industry kreatif di Pekanbaru
- 4) Peran konsumen, investor dan *entrepreneur* adalah peran pemerintah yang dapat merevitalisasi kebijakan *procurement* yang dimiliki dengan prioritas penggunaan produk-produk kreatif local, memberdayakan asset menjadi bernilai ekonomi dan pemerintah secara tidak langsung memiliki otoritas terhadap Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).

- 5) Peran *urban planner* adalah peran pengembangan ekonomi kreatif dengan menciptakan kota Pekanbaru menjadi kota kreatif.

b. Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel 2 berikut.

Tabel 2: Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Peran Pemerintah (X)	Katalisator, fasilitator dan advokator	Pemda mengadakan seminar, lokakarya dan pelatihan bidang kewirausahaan, manajemen dan kepemimpinan secara berkala.
		Pemda melakukan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan kreasi dan produksi melalui <i>incubator</i> dan program magang
		Pemda membantu pengembangan kemitraan usaha dengan prinsip saling menguntungkan dan membutuhkan.
		Pemda mengadakan pameran atau expo baik untuk mengembangkan promosi produk maupun pembentukan jaringan (<i>network</i>) antar pengusaha industri kreatif di dalam maupun luar negeri.
		Pemda membantu mempersiapkan tenaga kerja yang berkeahlian dan terampil.
	<i>Regulator</i>	Pemda membantu dalam penentuan persyaratan administratif & teknis dalam perolehan bantuan permodalan sehingga mudah
		Pemda memberikan sosialisasi dan mempermudah birokrasi tentang pengurusan perizinan maupun kepemilikan (Hak Kekayaan Intelektual/ HKI, <i>bar-code</i> , pengurusan export, dll.)
		Pemda memberikan perlindungan atas Industri kreatif di Kota Pekanbaru dengan membuat kebijakan dalam rangka mengimbangi produk impor dengan produk ekspor.
		Pengenaan pajak daerah tidak memberatkan pengusaha industri kreatif.
		Kebijakan yang dirumuskan Pemda dilaksanakan sesuai dengan aturan.
	Konsumen, <i>Investor</i> dan	Pemda menyediakan sarana/ peralatan produksi dan melatih

	<i>Entrepreneur</i>	penggunaannya.
		Pemda memberikan bantuan dan penguatan permodalan bagi industri kreatif (seperti dana bergulir, pembiayaan, dll.).
		Pemda membantu menetapkan suku bunga yang rendah atas bantuan dan penguatan permodalan. (misal kredit lunak)
		Adanya kampanye Pemda mengenai perilaku masyarakat yg mempunyai rasa memiliki dan mencintai produk lokal produksi pengusaha industri kreatif.
		Adanya komitmen, sinergi, dan keterpaduan langkah Pemda dalam mengembangkan produk kearifan lokal pengusaha industri kreatif.
	<i>Urban Planner</i>	Pemda meberdayakan komunitas kreatif sebagai wadah dalam penggalan ide-ide kreatif pengusaha.
		Adanya apresiasi/ penghargaan Pemda bagi pengusaha industri kreatif yang berprestasi.
		Pemda menyediakan akses informasi mengenai perkembangan dunia kreatif
		Pemda membuka peluang jejaring dan kolaborasi di antara pengusaha industri kreatif maupun organisasi yang berkepentingan baik <i>online</i> maupun <i>offline</i> .
		Pemda berkomitmen melindungi HKI terhadap seluruh produk hasil produksi pengusaha industri kreatif sehingga tidak mudah ditiru dan diakui oleh orang lain.

Sumber: Data Olahan, 2013

c. Teknik Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran interval. Menurut (Singarimbun & Effendi, 1995) ukuran interval adalah pengurutan orang atau obyek berdasarkan atribut selain itu ukuran ini juga memberikan informasi tentang interval antara satu atau obyek dengan orang atau obyek yang lainnya. Skala yang digunakan adalah 5 skala Likert.

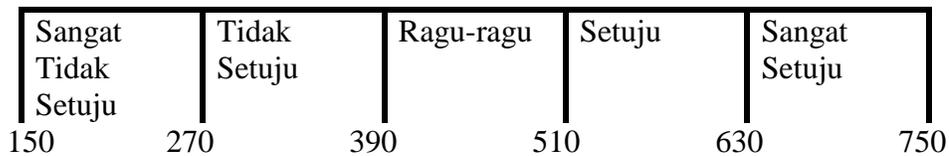
Selanjutnya, digunakan total skor dari masing-masing peran Pemerintah untuk mengetahui seberapa setuju/baik Pemerintah dalam memainkan masing-masing perannya menurut tanggapan responden.

$$\begin{aligned}\text{Nilai indeks minimum} &= \text{skor minimum} \times \text{jumlah instrumen} \times \text{banyak responden} \\ &= 1 \times 5 \times 30 \\ &= 150\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai indeks maksimum} &= \text{skor maksimum} \times \text{jumlah instrumen} \times \text{banyak responden} \\ &= 5 \times 5 \times 30 \\ &= 750\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Interval} &= \text{nilai indeks maksimum} - \text{nilai indeks minimum} \\ &= 750 - 150 \\ &= 600\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Jarak interval} &= \text{interval} : \text{jenjang interval} \\ &= 600 : 5 \\ &= 120\end{aligned}$$



6. Teknik Analisis

Ada dua metode analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu metode deskriptif dan kualitatif.

F. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Deskripsi Karakteristik Pengusaha Industri Kreatif Sub-Sektor Kerajinan

Berdasarkan hasil riset pada 30 pengusaha industri kreatif sub sektor kerajinan di Pekanbaru ditemukan pengusaha laki-laki lebih banyak dari pengusaha perempuan dengan sebaran usia yang bervariasi. Tabel 3 dan 4 berikut masing-masing menyajikan karakteristik responden pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan berdasarkan jenis kelamin dan kelompok umur.

Tabel 3: Karakteristik Pengusaha berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	12	40,00%
Laki-laki	18	60,00%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan jenis kelamin responden terlihat bahwa jumlah pengusaha laki-laki sebanyak 18 orang (60%) lebih dominan dari perempuan yang berjumlah hanya 12 orang (40%). Kedepannya diharapkan peran perempuan dalam industry kreatif di Pekanbaru yang merupakan paduan antara seni dan teknologi itu, guna memperkuat daya tahan ekonomi Indonesia umumnya.

Tabel 4: Karakteristik Pengusaha berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
20 sd. 29 tahun	6	20,00%
30 sd. 39 tahun	13	43%
40 sd. 49 tahun	9	30%
50 tahun keatas	7	7%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Usia responden berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa pengusaha kerajinan yang dominan adalah pada kelompok 30 sd. 39 tahun (13 pengusaha). Sedangkan usia 50 tahun dan keatas hanya 7% atau 2 pengusaha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan berada pada fase lanjutan dan mempertahankan dari empat fase yang dikemukakan oleh Rivai (2006) dalam Sembiring (2009) yaitu penjelajahan, penegakan, pertengahan karir dan karir lanjut. Pertengahan karir ialah satu tahap yang

lazimnya dicapai antara usia 35 tahun dan 50 tahun, pada antar batas usia inilah orang bisa terus bisa meningkatkan prestasinya atau prestasi mulai mendatar, atau mulai memburuk.

Selanjutnya dari tingkat pendidikan terakhir pengusaha dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5: Jenjang Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan Pengusaha Kerajinan

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase
Diploma I, II atau III	6	20,00%
Sarjana Strata 1 (S1)	5	16,67%
SMA sederajat	19	63,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Pada tabel 5 dapat diketahui keadaan jenjang pendidikan terakhir pengusaha yang ditamatkan sangat bervariasi antara SMA sederajat, Diploma I, II atau III maupun S1. Jenjang pendidikan terakhir ditamatkan yang paling banyak adalah lulusan SMA sederajat sebanyak 19 pengusaha (63,33%). Rendahnya pengetahuan inilah salah satunya yang menyebabkan industri kreatif sulit untuk eksis dan bertahan didunia usaha. Tentunya disini diperlukan peran besar dari pemerintah untuk membina khususnya dari aspek manajemen usaha sehingga pengusaha industri kreatif tersebut dapat eksis di pasar.

Karakteristik pengusaha dilihat berdasarkan lamanya memimpin usaha industry kreatif sub-sektor kerajinan. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh pengusaha yang telah benar-benar mengenal tentang pengelolaan usahanya sendiri dan diharapkan telah menemukan pengalaman penting dalam usahanya sehingga mereka terpacu untuk mempertahankan usahanya, terlihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6: Lamanya Pengusaha dalam Memimpin Usaha

Lama Memimpin Usaha	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 1 tahun	2	6,67%
1 sd. 5 tahun	15	50%
6 sd. 10 tahun	7	23,33%
11 sd. 15 tahun	5	16,67%
Lebih dari 15 tahun	1	3,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Jumlah pengusaha yang lama dalam memimpin usahanya yang paling baru yaitu kurang dari 1 tahun sebanyak 2 pengusaha. Pengusaha yang lama memimpin usahanya juga

terhitung muda yaitu 1 sd. 5 tahun adalah yang paling dominan (50%), selanjutnya diikuti oleh pengusaha yang lama memimpin usahanya 6 sd. 10 tahun sebanyak 7 pengusaha. Selanjutnya kriteria responden dari status perkawinan terlihat pada tabel 7 berikut.

Tabel 7: Status Pernikahan Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

Status Pernikahan	Frekuensi	Persentase
Belum menikah	1	3,33%
Menikah	29	96,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Jumlah pengusaha yang telah menikah mendominasi yaitu 29 pengusaha (96,67%), dan hanya 1 pengusaha (3,33%) yang belum menikah.

Tabel 8: Rata-rata Omset Usaha per Tahun

Rata-rata Omset Usaha per Tahun (Rp.)	Frekuensi	Persentase
< Rp.24.000.000,-	10	33,33%
Rp.25.000.000,- sd. Rp.50.000.000,-	8	26,67%
Rp.51.000.000,- sd. Rp.75.000.000,-	7	23,33%
Rp.76.000.000,- sd. Rp.100.000.000,-	1	3,33%
Diatas Rp.100.000.000,-	4	13,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Omset rata-rata perusahaan pertahun didominasi dibawah Rp.24.000.000,- sebanyak 10 pengusaha (33,33%), selebihnya tersebar diantara Rp.25.000.000,- sd. Diatas Rp.100.000.000,-. Data ini menekankan informasi bahwa pengusaha industri kreatif sub-sektor kerajinan masih sangat membutuhkan pelatihan dalam upaya mengelola dan mengembangkan usaha. Data ini dapat dilengkapi dengan keikutsertaan pengusaha dalam pelatihan kewirausahaan dan manajemen usaha. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 9: Keikutsertaan Pengusaha dalam Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Usaha

Keikutsertaan	Frekuensi	Persentase
Pernah	15	50%
Belum pernah	15	50%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Latar belakang keluarga pengusaha industry kreatif sub-sektor kerajinan didominasi dari keluarga pengusaha mikro, kecil dan menengah sebanyak 11 pengusaha (36,67%), keluarga pegawai swasta sebanyak 7 pengusaha (23,33%), selanjutnya pengusaha menengah dan besar sebanyak 4 orang (13,33%) selebihnya berasal dari latar belakang keluarga PNS dan pekerjaan lain. Latar belakang ini menunjukkan bahwa bakat pengusaha yang dimiliki lebih banyak berasal dari keluarga yang juga pengusaha. Dengan demikian kemampuan mengelola usaha termasuk teknis operasional diperoleh secara menurun dari keluarga atau pengalaman. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 10: Latar Belakang Keluarga Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

Latar Belakang Keluarga	Frekuensi	Persentase
Pengusaha menengah atau besar	4	13,33%
Pengusaha mikro atau kecil	11	36,67%
PNS, TNI/ Polri, BUMN/ BUMD	3	10%
Pegawai swasta	5	16,67%
Lain-lain	7	23,33%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

Selain latar belakang keluarga, perlu juga diketahui latar belakang kependudukan (kesukuan). Ada tiga etnis asli Indonesia yang bisa menjadi pengusaha andal, yaitu Bugis, Banjar, dan Minang. Ketiganya suku perantau, yang memiliki catatan sebagai pengusaha sukses. Bisa dibayangkan, mereka yang merantau akan lebih sukses. Menurut Khasali (2012) dalam (rumahbisnis.org, 07 November 2012) faktor utamanya karena perantau memiliki keberanian dan kemandirian. Latar belakang kependudukan (suku) pengusaha industry kreatif di Pekanbaru lebih banyak didominasi oleh pendatang (minang dan jawa) sebanyak 26 pengusaha (86,67%). Hal ini menunjukkan bahwa bakat pengusaha yang dimiliki selain berasal dari keluarga yang juga pengusaha, juga berasal dari latar belakang penduduk sebagai pendatang di Pekanbaru.

Tabel 11: Latar Belakang Kependudukan Pengusaha Industri Kreatif Sub-sektor Kerajinan

Kependudukan	Frekuensi	Persentase
Penduduk asli	4	13,33%
Pendatang	26	86,67%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan, 2013

2. Peran Pemerintah dalam Perkembangan Industri Kreatif Sub-Sektor Kerajinan di Pekanbaru

a. Peran Pemerintah sebagai Katalisator, Fasilitator, dan Advokasi

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai peran Pemerintah sebagai katalisator, fasilitator dan advokasi dapat dilihat dari 5 item pertanyaan, yaitu (1) Pemda mengadakan seminar, lokakarya dan pelatihan bidang kewirausahaan, manajemen dan kepemimpinan secara berkala, (2) Pemda melakukan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan kreasi dan produksi melalui *incubator* dan program magang, (3) Pemda membantu pengembangan kemitraan usaha dengan prinsip saling menguntungkan dan membutuhkan, (4) Pemda mengadakan pameran atau expo baik untuk mengembangkan promosi produk maupun pembentukan jaringan (*network*) antar pengusaha industri kreatif di dalam maupun luar negeri, (5) Pemda membantu mempersiapkan tenaga kerja yang berkeahlian dan terampil. Tabel 12 berikut menggambarkan tanggapan responden mengenai peran Pemerintah sebagai katalisator, fasilitator dan advokasi.

Tabel 12: Tanggapan Responden tentang Peran Pemerintah sebagai Katalisator, Fasilitator dan Advokasi

Item Pertanyaan	1		2		3		4		5		Total Skor
	STS		TS		R		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	0	0	1	3,33	3	10	16	53,33	10	33,33	125
2.	0	0	1	3,33	6	20	13	43,33	10	33,33	122
3.	0	0	3	10	6	20	17	56,67	4	13,33	112
4.	1	3,33	0	0	0	0	13	43,33	16	53,33	133
5.	3	10	1	3,33	4	13,33	11	36,67	11	36,67	116
Total Skor											608

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan tanggapan responden yang tertera pada Tabel 12 diatas, terlihat bahwa item pertanyaan (4) dinilai responden paling baik pelaksanaannya oleh Pemerintah, yaitu Pemda mengadakan pameran atau expo baik untuk mengembangkan promosi produk maupun pembentukan jaringan (*network*) antar pengusaha industri kreatif di dalam maupun luar negeri. Pemerintah Prov. Riau secara regular menyelenggarakan pameran atau expo pada pertengahan tahun, yaitu Riau Expo salah satunya menjadi wadah bagi pengusaha industry kreatif untuk mengembangkan promosi produk maupun membentuk jaringan (*network*) antar

pengusaha di dalam maupun luar negeri. Yang pada akhirnya dapat menggantikan taktik pemasaran lama mereka yaitu pemasaran dari mulut ke mulut.

Sementara tanggapan responden terhadap peran Pemerintah pada item pertanyaan (3) dinilai belum optimal, yaitu Pemda membantu pengembangan kemitraan usaha dengan prinsip saling menguntungkan dan membutuhkan. Responden menilai bahwa Pemda belum cukup membantu pengusaha industri kreatif dalam pengembangan kemitraan usaha, ditandai dengan tidak adanya program pemerintah yang dapat mengembangkan kemitraan usaha akhir-akhir ini. Beberapa tahun lalu, ada program kemitraan dari Pemerintah seperti Bapak Angkat, namun tidak berlanjut sampai saat ini.

Tanggapan responden terhadap peran Pemerintah sebagai katalisator, fasilitator dan advokasi dinilai konsumen sudah 'baik' pelaksanaannya. Sehingga perlu ditingkatkan agar industri kreatif di Pekanbaru berkembang lebih baik lagi.

b. Peran Pemerintah sebagai Regulator

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai peran Pemerintah sebagai *regulator* dapat dilihat dari 5 item pertanyaan lanjutan, yaitu (6) Pemda membantu dalam penentuan persyaratan administratif & teknis dalam perolehan bantuan permodalan sehingga mudah, (7) Pemda memberikan sosialisasi dan mempermudah birokrasi tentang pengurusan perizinan maupun kepemilikan (Hak Kekayaan Intelektual/ HKI, *bar-code*, pengurusan export, dll.), (8) Pemda memberikan perlindungan atas Industri kreatif di Kota Pekanbaru dengan membuat kebijakan dalam rangka mengimbangi produk impor dengan produk ekspor, (9) Pengenaan pajak daerah tidak memberatkan pengusaha industri kreatif, (10) Kebijakan yang dirumuskan Pemda dilaksanakan sesuai dengan aturan. Tabel 13 berikut menggambarkan tanggapan responden mengenai peran Pemerintah sebagai regulator.

Tabel 13: Tanggapan Responden tentang Peran Pemerintah sebagai *Regulator*

Item Pertanyaan	1		2		3		4		5		Total Skor
	STS		TS		R		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
6.	3	10	1	3,33	5	16,67	14	46,67	7	23,33	111
7.	1	3,33	0	0	10	33,33	12	40	7	23,33	114
8.	3	10	0	0	3	10	18	60	6	20	114
9.	1	3,33	1	3,33	8	26,67	16	53,33	4	13,33	111
10.	0	0	0	0	2	6,67	23	76,67	5	16,67	123
Total Skor											573

Sumber: Data Olahan, 2013

Tabel 13 diatas menjelaskan mengenai tanggapan responden terhadap peran Pemerintah sebagai regulator. Responden menilai item pertanyaan (10), Kebijakan yang dirumuskan Pemda dilaksanakan sesuai dengan aturan dinilai telah sangat baik pelaksanaannya. Artinya, kebijakan yang berhubungan dengan industry kreatif di Pekanbaru benar-benar dilaksanakan sesuai aturan yang ditetapkan. Hal penting yang sudah dinilai baik pelaksanaannya oleh Pengusaha industry kreatif adalah item (7), yaitu Pemda memberikan sosialisasi dan mempermudah birokrasi tentang pengurusan perizinan maupun kepemilikan (Hak Kekayaan Intelektual/ HKI, *bar-code*, pengurusan export, dll.). Dengan adanya Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dirasakan adanya penyederhanaan perizinan (Muhanda, 8 Juli 2013) baik dari sisi administrasi maupun waktu pengurusan sehingga menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Sementara item pertanyaan (6) dan (9) dinilai responden belum maksimal pelaksanaannya. Masing-masing yaitu, Pemda membantu dalam penentuan persyaratan administratif&teknis dalam perolehan bantuan permodalan sehingga mudah dan pengenaan pajak daerah tidak memberatkan pengusaha industry kreatif. Pengusaha industry kreatif di Pekanbaru menilai bahwa belum terlihat peran nyata Pemda dalam menentukan persyaratan administratif&teknis dalam bantuan permodalan maupun penetapan pajak daerah yang ‘tidak ramah’ terhadap perkembangan industry kreatif.

Disahkannya Undang-Undang Desain Industri menjadi UU Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri dalam Perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Hal ini berarti menunjukkan bahwa pemerintah telah bersungguh-sungguh memainkan perannya dalam rangka meningkatkan perkembangan industry kreatif di Pekanbaru. Namun, peran tersebut dinilai pengusaha industry kreatif di Pekanbaru masih setengah-setengah. Sejalan

dengan industry kreatif di Bandung, sepanjang tahun 2008 terdapat 400 merek *clothing* yang belum dipatenkan, padahal dari segi *value*, setidaknya tahun 2006 ada Rp 25 miliar per bulan dari produk itu. Pemerintah telah mengantisipasi masalah tersebut dengan memberikan subsidi 50% dari biaya pendaftaran merek dan desain setiap tahunnya. Pemerintah juga menyediakan anggaran Rp.400juta untuk paten (Sidharta, 08 Agustus 2008).

c. Peran Pemerintah sebagai Konsumen, Investor dan Entrepreneur

Pemerintah telah memainkan perannya baik sebagai konsumen, investor maupun sebagai *entrepreneur* dalam rangka mengembangkan industry kreatif melalui banyak hal. Pada penelitian ini, responden diminta untuk menanggapi tentang 5 hal, yang dijadikan item pertanyaan 11 sd. 15. Yaitu berkenaan (11) Pemda menyediakan sarana/ peralatan produksi dan melatih penggunaannya, (12) Pemda memberikan bantuan dan penguatan permodalan bagi industri kreatif (seperti dana bergulir, pembiayaan, dll.), (13) Pemda membantu menetapkan suku bunga yang rendah atas bantuan dan penguatan permodalan. (misal kredit lunak), (14) Adanya kampanye Pemda mengenai perilaku masyarakat yg mempunyai rasa memiliki dan mencintai produk lokal produksi pengusaha industri kreatif, dan (15) Adanya komitmen, sinergi, dan keterpaduan langkah Pemda dalam mengembangkan produk kearifan lokal pengusaha industri kreatif. Tabel 14 berikut menampilkan tanggapan responden mengenai kelima hal tersebut.

Tabel 14: Tanggapan Responden tentang Peran Pemerintah sebagai Konsumen, Investor dan Entrepreneur

Item Pertanyaan	1		2		3		4		5		Total Skor
	STS		TS		R		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
11.	2	6,67	0	0	3	10	17	56,67	8	26,67	119
12.	4	13,33	0	0	3	10	16	53,33	7	23,33	112
13.	3	10	0	0	7	23,33	12	40	8	26,67	112
14.	1	3,33	0	0	5	16,67	12	40	12	40	124
15.	1	3,33	0	0	5	16,67	17	56,67	7	23,33	119
Total Skor											586

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan tabel 14 diatas, pengusaha industri kreatif di Pekanbaru menilai bahwa Pemerintah belum memainkan perannya (sebagai konsumen, investor dan *entrepreneur*)

seperti harapan mereka. Terutama dalam hal bantuan dan penguatan permodalan (seperti dana bergulir, pembiayaan, dll.) serta bantuan suku bunga yang rendah (seperti kredit lunak). Responden menilai bahwa permodalan usaha dominan bersumber pada pengusaha dan keluarga saja, belum banyak dibantu permodalan dari pihak ketiga, seperti Pemerintah. Bukti ini memperkuat pernyataan ‘dana mentok’ industry kreatif di Pekanbaru kurang inovasi dan kreativitas (Mantra, 2011). Dilain pihak, pengusaha industri kreatif menilai peran Pemda dalam mengkampanyekan perilaku masyarakat yg mempunyai rasa memiliki dan mencintai produk lokal Pekanbaru dinilai sudah baik, ditandai dengan adanya iklan di TV lokal yang disiarkan secara kontinu.

d. Peran Pemerintah sebagai *Urban Planner*

Berbeda dengan peran Pemerintah bagi usaha kecil menengah, dalam meningkatkan perkembangan industry kreatif di Pekanbaru, Pemerintah diharapkan dapat memainkan perannya sebagai *urban planner* melalui banyak hal. Pada penelitian ini, responden diminta untuk menanggapi tentang 5 hal, yang dijadikan item pertanyaan 16 sd. 20. Diantaranya, (16) Pemda meberdayakan komunitas kreatif sebagai wadah dalam penggalian ide-ide kreatif pengusaha, (17) Adanya apresiasi/ penghargaan Pemda bagi pengusaha industri kreatif yang berprestasi, (18) Pemda menyediakan akses informasi mengenai perkembangan dunia kreatif, (19) Pemda membuka peluang jejaring dan kolaborasi di antara pengusaha industri kreatif maupun organisasi yang berkepentingan baik *online* maupun *offline*, (20) Pemda berkomitmen melindungi HKI terhadap seluruh produk hasil produksi pengusaha industri kreatif sehingga tidak mudah ditiru dan diakui oleh orang lain. Tabel 15 berikut menampilkan tanggapan responden mengenai kelima hal tersebut.

Tabel 15: Peran Pemerintah sebagai Urban Planner

Item Pertanyaan	1		2		3		4		5		Total Skor
	STS		TS		R		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
16.	3	10	0	0	5	16,67	14	46,67	8	26,67	114
17.	2	6,67	0	0	5	16,67	15	50	8	26,67	117
18.	4	13,33	1	3,33	6	20	16	53,33	3	10	103
19.	4	13,33	0	0	10	23,33	15	50	1	3,33	99
20.	3	10	0	0	5	16,67	16	53,33	6	20	112
Total Skor											545

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan data pada tabel 15 diatas, diketahui bahwa apresiasi/ penghargaan Pemda bagi pengusaha industri kreatif yang berprestasi dinilai responden sudah sangat baik pelaksanaannya. Ditandai dengan adanya pemberian Anugerah Sagang secara rutin setiap tahunnya. Dan tahun 2013 merupakan XIX kali pemberian apresiasi tersebut. Disamping banyaknya apresiasi Pemerintah, baik melalui Dinas, Kadin, maupun asosiasi yang menyadari bahwa apresiasi atas prestasi pengusaha industry kreatif sangat penting bagi perkembangan usaha mereka.

Sementara tanggapan responden tentang peran Pemerintah dalam memberdayakan komunitas kreatif sebagai wadah dalam penggalian ide-ide kreatif, sudah cukup, dan tidak diperlukan peran yang mendominasi. Dikarenakan kelompok industry kreatif sub-sektor kerajinan di Pekanbaru telah mendirikan asosiasi yang selama ini menjadi sarana pengembangan ekonomi anggotanya. Misalnya, sejalan dengan fakta industri kreatif di kota lain yang selama ini komunitas memainkan peranan penting untuk menumbuhkan iklim industri kreatif, seperti komunitas masyarakat pengrajin, komunitas masyarakat seni, dan sebagainya. Ketidaktergantungan mereka pada pemerintah menyebabkan industri kreatif bisa mandiri dan terus berkembang. Sehingga Yogyakarta dikenal memiliki keunggulan lokal industri kerajinan gerabah dan perak. Kemudian Bandung memiliki keunggulan lokal pada *clothing* dan musik. Sedangkan Bali memiliki keunggulan lokal pada seni rupa dan seni kriya.

Disamping kesuksesan diatas, pengusaha industri kreatif masih belum merasakan adanya peran Pemerintah dalam membuka peluang jejaring dan kolaborasi di antara pengusaha industri kreatif maupun organisasi yang berkepentingan baik *online* maupun *offline*. Pemerintah Prov. Riau menyadari hal tersebut, dan baru-baru ini telah diresmikannya gedung tiga lantai sebagai bentuk komitmen Pemprov Riau terhadap perkembangan ekonomi kreatif, dimana lantai I merupakan galeri bagi ratusan cenderamata, dan lantai selanjutnya tempat pusat informasi dan pelatihan, yaitu Pusat Informasi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif (klikheadline.com).

G. Kesimpulan dan Saran

Bedasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Pemerintah telah memainkan keempat perannya dalam meningkatkan perkembangan industri kreatif di Kota Pekanbaru. Ke empat peran tersebut adalah (1) sebagai katalisator, fasilitator, dan advokat, (2) sebagai regulator, (3) sebagai konsumen, investor, dan *entrepreneur*, (4) sebagai *urban planner* yang dinilai baik pelaksanaannya oleh para pengusaha industri kreatif sub-sektor kerajinan di Pekanbaru.

Untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam pengembangan industri kreatif di Pekanbaru, maka perlu kolaborasi antar aktor utama yaitu cendekiawan, bisnis dan pemerintah dalam hal komitmen dan mengupayakan sinergi untuk mengembangkan industri kreatif..

Dalam mempercepat perkembangan industri kreatif di Pekanbaru, berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan kepada pemerintah untuk melakukan upaya intensifikasi dan ekstensifikasi dalam memainkan perannya sebagai *urban planner* dan *regulator*.

Sebagai *urban planner*, dapat dilakukan dengan membuka peluang jejaring dan kolaborasi di antara pengusaha industri kreatif maupun organisasi yang berkepentingan baik *online* maupun *offline*. Yang pada akhirnya terbentuk *knowledge space* bagi pengusaha industri kreatif melalui penciptaan media pertukaran informasi, *knowledge*, skill, teknologi, pengalaman, preferensi dan lokasi pasar, serta muatan informasi lainnya untuk mengusahakan terciptanya kondisi informasi sempurna, simetris bagi seluruh pelaku yang dirasa sangat berperan penting dalam menciptakan iklim industri yang kondusif menuju perkembangannya yang agresif.

Sebagai *regulator*, dapat dilakukan Pemerintah dengan merumuskan persyaratan administratif&teknis dalam penyediaan bantuan permodalan dan penetapan pajak daerah yang ‘ramah’ terhadap perkembangan industri kreatif di Pekanbaru. Pemerintah dirasa perlu membuat cetak biru dan regulasi pendukung tumbuhnya investasi di sektor industri kreatif di Pekanbaru, lebih jauh Pemerintah juga harus proaktif membantu pelaku industri kreatif dalam pengurusan paten, sehingga dapat memperkuat citra&identitas Kota Pekanbaru.

Peran Pemerintah sebagai **katalisator, fasilitator dan advokasi** walau dinilai pengusaha industri kreatif telah baik pelaksanaannya. Namun, mengingat pentingnya pengadaan seminar, lokakarya dan pelatihan bidang kewirausahaan, manajemen dan kepemimpinan, kegiatan ini, diharapkan Pemerintah dapat melaksanakan secara berkala sehingga menjadi

motivasi bagi pengusaha industri kreatif dalam memandang kemajuan usaha mereka yang banyak memberikan kontribusi bagi ekonomi Pekanbaru.