

Kebijakan Peningkatan Kontribusi Ekonomi Kreatif Bagi Perekonomian di Provinsi Banten

Oki Oktaviana¹⁾, Devi Triady Bachruddin²⁾

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Banten

Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B)

Jl. Syeh Nawawi Al Bantani, Palima Serang – Banten

E-mail: oktavianaoki@gmail.com¹⁾, dvon.triady@yahoo.com²⁾

ABSTRAK

Ekonomi kreatif turut memberikan kontribusi yang positif bagi pembangunan ekonomi baik regional maupun nasional. Dalam upaya pengembangannya masih banyak ditemukan permasalahan seperti faktor permodalan, sumber daya manusia, hak cipta, maupun pemasaran yang menyebabkan pengembangan sektor industri kreatif di Indonesia belum berjalan optimal. Kondisi permasalahan serupa juga dialami dalam pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Banten. Penelitian ini bertujuan untuk mengulas upaya peningkatan peran sektor ekonomi kreatif dalam perekonomian di Provinsi Banten melalui dukungan kebijakan daerah. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif berdasarkan data sekunder serta studi literatur yang berkaitan dengan permasalahan dan upaya pembangunan sektor ekonomi kreatif. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi nilai ekspor sektor ekonomi kreatif di Provinsi Banten masih mengandalkan subsektor fashion (pakaian serta sepatu dan peralatan kaki lainnya) yang cenderung bersifat industri konvensional; letak geografis Provinsi Banten yang berbatasan langsung dengan Jakarta sebagai pusat pemerintahan, serta beragamnya objek wisata yang dimiliki merupakan peluang untuk terus mengembangkan sektor ekonomi kreatif melalui kolaborasi quadruple helix; diperlukan regulasi yang berisi grand design pengembangan ekonomi kreatif yang dapat mawadahi berbagai kepentingan; faktor kelemahan sumber daya manusia pelaku ekonomi kreatif dalam melakukan inovasi, dapat diatasi dengan kehadiran perguruan tinggi atau pun lembaga litbang di wilayah Provinsi Banten untuk menghasilkan paket teknologi atau pun ide-ide inovatif dalam peningkatan nilai tambah barang dan jasa sehingga sesuai dengan keinginan pasar

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Provinsi Banten, Quadruple Helix

ABSTRACT

The creative economy contributes positively to the economic development both regionally and nationally. In the development effort, there are still many problems such as capital, human resources, copyright, and marketing that cause the development of creative industry sector in Indonesia has not run optimally. Similar problems are also experienced in the development of creative economy in Banten Province. This study aims to review efforts to increase the role of the creative economy sector in the economy in Banten Province through local policy support. The method used is descriptive qualitative method based on secondary data and literature study related to problems and effort of development of creative economy sector. The conclusion of this research shows that the contribution of export value of creative economy sector in Banten Province still rely on fashion sub-sector (clothing and shoes and other foot equipment) that tend to be conventional industry; the geographical position of Banten Province which borders directly with Jakarta as the center of government, as well as the diversity of tourist attraction owned is an opportunity to continue to develop the creative economy sector through quadruple helix collaboration; a regulation that contains a grand design of creative economic development that can accommodate various interests; the weakness factor of human resource of creative economy actors in innovation can be overcome by the presence of universities or R & D institutions in the region of Banten province to produce technological packages or innovative ideas in increasing the added value of goods and services so that in accordance with market demand

Kata Kunci: Creative Economy, Banten Province, Quadruple Helix

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi tidak lepas dari upaya untuk pemenuhan kebutuhan manusia akan barang dan jasa. Tuntutan kebutuhan ekonomi ini telah melahirkan kreatifitas ide atau gagasan dalam

bentuk akhir produk ekonomi kreatif. Dalam draft Undang-Undang Ekonomi Kreatif (Prolegnas, 2017) disebutkan bahwa ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari suatu ide atau gagasan yang mengandung keorisinalan, lahir dari kreativitas

intelektual manusia, berbasis ilmu pengetahuan, keterampilan, serta warisan budaya dan teknologi merupakan kekayaan intelektual. Latuconsina (2010) menyatakan bahwa sumberdaya manusia (SDM) kreatif adalah syarat untuk mengisi peranan dalam industri kreatif. Secara umum, industri kreatif maupun ekonomi kreatif mengandung pengertian sebagai aktifitas berbasis kreatifitas yang berpengaruh terhadap perekonomian atau kesejahteraan masyarakat (Antariksa, 2013).

Pendapat tentang pentingnya ekonomi kreatif juga banyak ditemukan dalam beberapa tulisan. Larassaty (2016) menyebutkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian, kesejahteraan masyarakat, membuka lapangan pekerjaan baru dan mengurangi pengangguran di kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah terus mengembangkan industri kreatif meskipun kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) belum optimal (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah, 2014). Manfaat ekonomi kreatif semakin dirasakan sebagai alternatif solusi permasalahan perekonomian (Saksono, 2011). Ekonomi kreatif perlu dikembangkan karena memiliki beberapa alasan yakni selain memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan sumbangannya terhadap produk domestik bruto juga dapat membangun citra dan identitas bangsa yang bisa dibanggakan menjadi ikon budaya, mencakup warisan budaya, dan nilai lokal (Tedjakusuma dan Nagel, 2017).

Meskipun telah diyakini ekonomi kreatif mampu memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi, akan tetapi pengembangan industri kreatif masih banyak permasalahan terutama sumber daya manusia, sehingga berdampak pada lemahnya keunggulan bersaing dan kinerja (Mulyana Sutapa, 2014). Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) menjelaskan bahwa kuantitas dan kualitas sumber daya insani sebagai pelaku dalam industri kreatif merupakan permasalahan utama dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015. Ginting (2017) mengungkapkan bahwa faktor keuangan dan permodalan, sumber daya manusia, hak cipta, dan pemasaran merupakan kendala pengembangan ekonomi kreatif di Jawa Barat. Permasalahan ini nampaknya menjadi salah satu alasan penyebab belum optimalnya pengembangan sektor industri kreatif di Indonesia.

Permasalahan pembangunan ekonomi kreatif di tingkat nasional nampaknya juga terjadi di Provinsi Banten. Meski secara nasional menempati peringkat ketiga nasional dalam hal kontribusi ekspor produk industri kreatif, namun jika dilihat lebih mendalam nampaknya kontribusi ini belum secara utuh mencerminkan produk kreatif yang sesungguhnya. Kontribusi produk ekspor industri kreatif dari

Provinsi Banten masih didominasi komoditas sepatu dan peralatan kaki lainnya (Eksport Impor Provinsi Banten 2016). Selain itu, data berita resmi statistik yang di rilis oleh BPS provinsi Banten menunjukkan bahwa pada Februari 2017 tingkat pengangguran terbuka Provinsi Banten yang mencapai 7,75% (lebih tinggi dari angka nasional 5,33%) menunjukkan bahwa peran sektor ekonomi kreatif belum optimal dalam mengatasi permasalahan pengangguran. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk meneliti kontribusi sektor ekonomi kreatif dalam perkeekonomian provinsi Banten serta upaya peningkatan peran tersebut melalui dukungan kebijakan daerah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berdasarkan data sekunder serta studi literatur yang berkaitan dengan permasalahan dan upaya pembangunan sektor ekonomi kreatif.

2. PEMBAHASAN

2.1 Kinerja Sektor Ekonomi Kreatif

Merujuk pada sejarah lahirnya sektor Ekonomi Kreatif di negara Inggris pada dekade 80-an, tumbuhnya sektor ini merupakan jawaban atas persoalan tingginya tingkat pengangguran, berkurangnya aktivitas industri serta adanya penurunan sumbangsih dana pemerintah bagi dunia seni dan budaya (Antariksa, 2013). Ekonomi kreatif yang dikemas dan dikembangkan menjadi bentuk Industri Kreatif tidak saja berhasil mengatasi kebutuhan yang persyaratkan industri konvensional (manufaktur) seperti ketersediaan lahan dan kebutuhan sumber daya alam sebagai bahan baku, ataupun dampak pencemaran yang ditimbulkannya, industri ini dirasakan telah mampu mengatasi persoalan pengangguran. Bahkan lebih jauh, industri kreatif telah mampu menghasilkan produk barang dan jasa yang memiliki nilai jual lebih sehingga keberadaannya tidak lagi bergantung pada pendanaan pemerintah.

Keberhasilan pembangunan sektor ekonomi kreatif di beberapa negara telah mengilhami pemerintah Indonesia untuk turut mengembangkannya. Paradigma pembangunan yang tidak lagi mengandalkan ketersediaan sumber daya alam yang melimpah menjadikan pembangunan sektor ekonomi kreatif merupakan salah satu strategi pencapaian tujuan bernegara sebagaimana diamanatkan dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Meski masih terbilang baru, namun keseriusan pemerintah untuk mengoptimalkan keberadaan sektor ini cukup terlihat. Jika sebelumnya urusan ekonomi kreatif dikelola oleh Kementerian Pariwisata (saat itu bernama Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif), seiring dengan keluarnya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif urusan ekonomi kreatif dikelola oleh lembaga Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang bertanggungjawab langsung kepada

presiden. Meskipun kebijakan ini kemudian direvisi melalui Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 yang menyebutkan Badan Ekonomi Kreatif adalah lembaga pemerintah non kementerian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui menteri yang membidangi urusan pemerintahan di bidang pariwisata. Indonesia merupakan satu-satunya negara di dunia yang memiliki insitusi pemerintahan di tingkat pusat dengan nomenklatur “ekonomi kreatif” (Antariksa, 2013).

Sumbangsih sektor ekonomi dalam perekonomian nasional maupun regional memang telah dirasakan. Menurut data BPS, pada tahun 2015 Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 784,82 triliun. Angka ini menunjukkan bahwa sektor ini telah memberikan sumbangsih sebesar 7,38% dari total PDB (atas dasar harga berlaku) Indonesia yang mencapai Rp11.540,8 triliun Miliar pada tahun 2015. (Bekraf dan BPS, 2017). Sumbangsih terbesar dihasilkan dari subsektor kuliner yang mencapai 41,69%. Secara lengkap disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Kinerja Ekonomi Kreatif

Aspek	Tahun 2014	Tahun 2015	Keterangan
PDB	784,82 triliun	852,24 Triliun	Sub sektor kuliner berkontribusi 41,69%
Nilai Ekspor	US\$ 18,2 miliar	US\$ 19,4 Milliar	Pertumbuhan 6,60%
Penyerapan tenaga kerja	15.167.573	15.959.590 orang	13,89% total penduduk bekerja

Sumber: Bekraf dan BPS, 2017

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa sektor ekonomi kreatif selain memberikan sumbangsih langsung dalam Produk Domestik Bruto juga memiliki peranan dalam hal penyerapan tenaga kerja. Tahun 2015 sektor ekonomi kreatif telah menyerap tenaga kerja sebesar 15.959.590 dari total penduduk bekerja sebanyak 114.819.199 orang. Jumlah ini menunjukkan bahwa kontribusi sektor ekonomi kreatif dalam hal penyerapan tenaga kerja mencapai 13,89% dari total angkatan kerja di Indonesia. Dengan demikian terjadi peningkatan dibanding data tahun 2014 dengan penyerapan tenaga 15.167.573 orang dari total penduduk bekerja 114.628.026 orang (13,23%). Kinerja sektor ekonomi kreatif di Indonesia juga dapat dilihat dari nilai ekspor subsektor ini yang mencapai US\$ 19,4 Milliar di tahun 2015. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 6,60% dibandingkan tahun 2014 yang hanya mencapai US\$18,2 miliar. Meski demikian jika dilihat lebih mendalam, sumbangsih sub sektor fashion ternyata sangat dominan dan mencapai 56% dari seluruh sumbangsih subsektor lainnya. Kondisi ini tentu menjadi tantangan bagi seluruh pihak untuk terus memberikan dorongan agar sumbangsih sub sektor lainnya lebih memiliki peran. Sebagaimana dijelaskan pada bagian awal tulisan ini, esensi dari ekonomi kreatif adalah meminimalisir kebutuhan akan lahan dan sumber daya bahan baku serta degradasi lingkungan karena pencemaran yang mungkin ditimbulkan akibat aktivitas industri konvensional. Industri sub sektor fashion yang di dalamnya termasuk komoditas sepatu dan peralatan kaki lainnya cenderung masuk dalam kategori konvensional yang sebelum ekonomi kreatif digaungkan pun industri ini sudah banyak berdiri.

2.2 Upaya Kebijakan Pembangunan Ekonomi Kreatif di Banten.

Melihat hasil survey Ekonomi Kreatif yang dilakukan oleh Bekraf dan BPS tahun 2017, produksi sektor ekonomi kreatif provinsi Banten termasuk dalam sepuluh provinsi dengan ekspor sektor ekonomi kreatif paling tinggi. Dalam dokumen tersebut disebutkan bahwa nilai ekspor produk ekonomi kreatif provinsi Banten menempati posisi tiga besar nasional dengan total US\$ 3,003 miliar atau mencapai 15,66% dari total ekspor produk ekonomi kreatif nasional. Nilai produksi sektor ekonomi kreatif provinsi Banten hanya kalah dari provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur. Secara lengkap disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Persentase dan Nilai Ekspor Sektor Ekonomi Kreatif Berdasarkan Provinsi

Provinsi	Nilai ekspor (miliar US \$)	Persentase (%)
Sumatera Utara	0,054	0,28
Riau	0,087	0,45
Kepulauan Riau	0,366	1,89
Banten	3,003	15,66
DKI Jakarta	2,013	10,5
Jawa Barat	6,499	33,56
Jawa Tengah	2,714	14,02
Yogyakarta	0,243	1,26
Jawa Timur	4,037	20,85
Bali	0,256	1,32

Sumber: Bekraf dan BPS, 2017 diolah

Meski secara produksi dan persentase kinerja sektor ekonomi kreatif cukup bagus, namun sama

halnya dengan kondisi di level nasional, nampaknya kontribusi sub sektor ekonomi kreatif yang menjadi primadona ekspor dari wilayah Provinsi Banten masih menggantungkan pada sub sektor fashion yang terdiri dari komoditas pakaian serta sepatu dan peralatan kaki lainnya (golongan barang utama menurut SITC 2 digit). Kondisi ini terlihat dari data ekspor import Provinsi Banten tahun 2016 yang

menyebutkan bahwa ekspor sepatu dan peralatan lainnya memegang kontribusi paling besar terhadap seluruh komoditas ekspor yang berasal dari Provinsi Banten. Jika ditarik kebelakang, hal ini sebetulnya tidak jauh berbeda dengan masa sebelum industri kreatif digaungkan dan dianggap sebagai salah satu sektor penting dalam perekonomian. Secara lebih lengkap disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Ekspor non migas 10 golongan barang utama menurut SITC 2 digit tahun 2015 dan 2016

No	Golongan Barang (SITC)	Nilai FOB (juta US\$)		% Perubahan 2016 thd 2015	% Peran thd total 2016
		2015	2016		
1	Sepatu dan peralatan kaki lainnya (85)	2.490,17	2.516,24	1,05	27,09
2	Kimia organik (51)	464,66	682,96	46,98	7,35
3	Mesin listrik dan alat-alatnya (77)	568,79	585,07	2,86	6,30
4	Besi dan Baja (67)	552,52	578,70	4,74	6,23
5	Pakaian (84)	539,12	517,00	-4,10	5,57
6	Bahan Plastik (57)	443,57	493,89	11,34	5,32
7	Benang tenun, kain tekstil dan hasil-hasilnya (65)	510,77	481,59	-5,71	5,18
8	Barang barang karet (62)	405,14	430,11	6,16	4,63
9	Logam tidak mengandung besi (68)	585,01	420,27	-28,26	4,52
10	Kertas, kertas karton dan olahannya (64)	376,07	280,64	-25,38	3,02
Total 10 golongan Barang		6.935,81	6.986,46	0,73	75,21
Lainnya		2.091,29	2.303,01	10,12	24,79
Total ekspor		9.027,10	9.289,47	2,91	100,00

Sumber: Ekspor dan Impor Provinsi Banten, BPS Provinsi Banten 2017

Melihat peran ekonomi kreatif dalam pembangunan ekonomi suatu wilayah memang tidak dapat hanya berlandaskan pada kontribusi sektor tersebut dalam peningkatan nilai ekspor. Banyak produk sub sektor ekonomi kreatif berupa produk barang dan jasa yang dikonsumsi dalam lingkup domestik namun memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja. Dalam *Blue Print* pengembangan ekonomi kreatif yang diterbitkan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia (tahun 2008), yang diperkuat dengan Inpres nomor 6 tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, terdapat empat belas sub sektor ekonomi yang dapat dikembangkan yakni periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, *fashion* (mode), film, video, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, radio dan televisi, serta riset dan pengembangan. Subsektor ekonomi kreatif ini mengalami perubahan menjadi 16 sub sektor seiring dengan keluarnya Perpres nomor 72 tahun 2015 yaitu: aplikasi dan *game developer*, arsitektur dan desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio.

Letak geografis provinsi Banten yang berbatasan langsung dengan Jakarta sebagai pusat pemerintahan, serta beragamnya objek wisata yang dimiliki merupakan peluang untuk terus

mengembangkan sektor ekonomi kreatif diluar sub sektor fashion. Beragamnya objek wisata harus diikuti dengan promosi dalam bentuk penyelenggaraan event-event wisata sehingga mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung. Keunggulan komparatif Provinsi Banten yang berbatasan langsung dengan ibu kota Jakarta merupakan peluang bagi penyelenggaraan wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Berbagai jenis produk ekonomi kreatif yang dipamerkan dan dijual mengiringi kegiatan MICE tentu dapat mendorong tumbuhnya pelaku kreatif sehingga dapat mampu mendukung ekonomi regional dan nasional. Para wisatawan MICE pada umumnya mempunyai lama tinggal lebih panjang, karena mengikuti kegiatan *pre and post tour* dengan berbagai program seperti *ladies and children* program sehingga secara keseluruhan pengeluaran wisatawan tersebut lebih besar (Warta Ekspor, 2011). Kegiatan MICE yang selama ini banyak dilangsungkan di wilayah Kota Tangerang ataupun Tangerang Selatan harus dapat dimanfaatkan pelaku ekonomi kreatif di wilayah lainnya di Provinsi Banten sebagai ajang promosi dan dagang.

Keunggulan lainnya yang dimiliki Provinsi Banten adalah banyaknya kaum intelektual yang berasal dari perguruan tinggi baik negeri atau pun swasta serta lembaga penelitian dan pengembangan yang ada di kawasan Puspiptek Serpong yang tentu saja dituntut untuk melahirkan ide-ide inovatif untuk

memberikan nilai tambah atas produk barang dan jasa keenambelas subsektor ekonomi kreatif diatas. Diperlukan kolaborasi *quadruple helix* (*intelektual, government, bisnis dan civil society*) sehingga peluang tersebut dapat dimanfaatkan untuk menggerakkan perekonomian melalui maksimalisasi gagasan dan ide-ide kreatif dan meminimalisir ketergantungan akan bahan baku sumber daya alam. Jika di level nasional terdapat lembaga sekelas badan (Bekraf) yang secara khusus mengurus sektor ini, tidak demikian halnya dengan pemerintah daerah. Disinilah peran penting regulasi daerah untuk menciptakan iklim kondusif untuk menciptakan kolaborasi keempat subsistem *quadruple helix* tersebut. Meski tidak disajikan dalam bentuk hadirnya lembaga struktural khusus sebagaimana pada level nasional, namun regulasi ini diharapkan dapat menjadi *guidelines* untuk intelektual, pemerintah, bisnis dan masyarakat dalam berbagi peran.

Pentingnya *guidelines* yang diwujudkan dalam bentuk Peraturan Kepala Daerah atau bahkan Peraturan Daerah memberikan kepastian hukum dan konsistensi keberpihakan penganggaran untuk setiap *stakeholder* organisasi perangkat daerah pemerintah Provinsi Banten. Hal ini sesuai dengan pendapat Saksono (2012) bahwa pemerintahan daerah agar segera membangun komitmen, membenahi regulasi, dan mengaktualisasikan ekonomi kreatif, sehingga keberadaan ekonomi kreatif dapat menstimulasi pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing daerah. Diperlukan kebijakan pemerintah yang bersifat komperhensif dan terintegrasi dalam memelihara SDM kreatif sehingga mereka bersedia untuk tetap tinggal dan berkarya di Indonesia (Antariksa, 2013). Berdasarkan analogi pendapat Antariksa (2013), dalam memelihara SDM kreatif di daerah lebih diarahkan pada penciptaan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan ekonomi kreatif. Disinilah peran pemerintah daerah baik Provinsi maupun kabupaten/kota dituntut untuk membuat kebijakan yang dituangkan dalam bentuk program dan kegiatan yang merangsang tumbuhnya aktifitas ekonomi kreatif. Sidauruk (2013) menyebutkan bahwa pemerintah Provinsi Jawa Barat sangat mendukung pengembangan ekonomi kreatif di wilayahnya. Bentuk dukungan pemerintah provinsi Jawa Barat dapat dilihat dari telah dikeluarkannya Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 500/Kep.146-Bapp/2012 tentang Komite Pengembangan Ekonomi Kreatif Jawa Barat, dan adanya Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Jawa Barat. Rencana aksi tersebut melibatkan beberapa elemen tidak hanya pemerintah daerah namun melibatkan swasta dan perguruan tinggi.

Berkaca pada keberhasilan Provinsi Jawa Barat dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif, pengembangan sektor ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan satu OPD saja yang menangani urusan sektoral, namun turut melibatkan lintas

urusan. Sebagai contoh sub sektor pertunjukan budaya di bawah kewenangan Dinas Pariwisata, namun tidak demikian halnya dengan pengembangan UMKM berbasis kriya yang bisa menjadi kewenangan Dinas Koperasi. Demikian pula dengan pengembangan IKM yang bergerak dibidang *fashion* yang menjadi kewenangan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Diperlukan regulasi yang berisi *grand design* pengembangan ekonomi kreatif yang dapat mewadahi berbagai kepentingan sehingga dapat menghilangkan egosektoral. Selain itu kehadiran regulasi ini diharapkan dapat memunculkan persamaan persepsi masing-masing stakeholder untuk perwujudan visi pengembangan ekonomi kreatif.

Peran perguruan tinggi atau pun lembaga litbang sebagai lembaga intelektual yang menghadirkan paket teknologi atau pun ide-ide inovatif untuk peningkatan nilai tambah barang dan jasa perlu ditingkatkan. Menurut Mulyana Sutapa (2014) Industri kreatif akan memiliki keunggulan bersaing bila pelaku usaha mampu mengembangkan ide kreatif dan mewujudkan dalam bentuk inovasi (produk, pelayanan, pasar dan teknologi) yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ketika sumber daya manusia pelaku ekonomi kreatif memiliki kelemahan dalam hal berinovasi (Mulyana Sutapa, 2014; Ginting, 2017; Departemen Perdagangan, 2008), hal ini dapat tertutupi dengan kehadiran perguruan tinggi atau pun lembaga litbang. Setiap perguruan tinggi tentu memiliki LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) yang bisa menjadi pintu masuk bagi UMKM dalam meningkatkan daya saingnya (Tedjakusuma dan Nagel, 2017).

Selama ini perguruan tinggi ataupun lembaga Litbang yang melakukan kegiatan kelitbang lebih berpedoman pada Rencana Induk Penelitian yang mengacu pada Rencana Strategis Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi dan sangat sedikit yang memperhatikan dokumen Perencanaan Pembangunan Daerah. Untuk itu, sudah saatnya pemerintah daerah menyediakan skema bantuan pembiayaan bagi perguruan tinggi atau pun lembaga litbang untuk turut serta melakukan kegiatan penelitian yang menjawab isu permasalahan pembangunan daerah terutama meyangkut isu pembangunan ekonomi kreatif di Provinsi Banten dengan keenambelas sektornya.

3. KESIMPULAN

3.1 Kesimpulan

- 1) Ekonomi kreatif turut memberikan kontribusi yang positif bagi pembangunan ekonomi baik regional maupun nasional. Namun kontribusi ini masih belum optimal karena sebagian besar masih mengandalkan subsektor *fashion* (pakaian serta sepatu dan peralatan kaki lainnya) yang cenderung bersifat industri konvensional

- 2) Letak geografis provinsi Banten yang berbatasan langsung dengan Jakarta sebagai pusat pemerintahan, serta beragamnya objek wisata yang dimiliki merupakan peluang untuk terus mengembangkan sektor ekonomi kreatif melalui kolaborasi *quadruple helix (intelektual, government, bisnis dan civil society)*
- 3) Pengembangan sektor ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan satu Organisasi Perangkat Daerah saja yang menangani urusan sektoral, namun turut melibatkan lintas urusan. Diperlukan regulasi yang berisi *grand design* pengembangan ekonomi kreatif yang dapat mewadahi berbagai kepentingan sehingga dapat menghilangkan ego sektoral serta dapat memunculkan persamaan persepsi masing-masing stakeholder untuk perwujudan visi pengembangan ekonomi kreatif.
- 4) Faktor kelemahan sumber daya manusia pelaku ekonomi kreatif dalam melakukan inovasi dapat diatasi dengan kehadiran perguruan tinggi atau pun lembaga litbang yang melahirkan paket teknologi atau pun ide-ide inovatif untuk peningkatan nilai tambah barang dan jasa sehingga sesuai dengan kebutuhan pasar.

3.2 Rekomendasi

- 1) Peran pemerintah daerah dalam pengembangan ekonomi kreatif antara lain dapat diwujudkan dalam penyusunan kebijakan berupa peraturan kepala daerah yang berisikan *grand design* serta program dan kegiatan masing-masing *stakeholders* terkait.
- 2) Selain berpedoman pada Rencana Induk Penelitian yang mengacu pada Rencana Strategis Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, dalam penyusunan program kerja Perguruan tinggi atau pun lembaga Litbang hendaknya memperhatikan dokumen perencanaan pembangunan daerah.
- 3) Pemerintah daerah hendaknya menyediakan skema bantuan pembiayaan bagi perguruan tinggi atau pun lembaga litbang untuk turut serta melakukan kegiatan penelitian yang menjawab isu permasalahan pembangunan daerah termasuk pengembangan ekonomi kreatif.

PUSTAKA

Antariksa, B. 2013. Konsep Ekonomi Kreatif: Peluang dan Tantangan Dalam Pembangunan di Indonesia. http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/Art_17-2-Konsep%20Ekonomi%20Kreatif.pdf
Ari Muliarta Ginting. 2017. Strategi Pengembangan

Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Kajian* Vol. 22, No. 1, hal: 71-84. Pusat Penelitian Badan Keahlian Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia

- Ayu Lucy Larassaty. 2016. Kontribusi Sumber Daya Manusia Di Bidang Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Kinerja Pariwisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Pasuruan). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis FEB UMSIDA* Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. 2017. *Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. 2017. *Ekspor dan Impor Provinsi Banten tahun 2016*
- Budianto Tedjasuksmana dan P. Julius F. Nagel (2017). Capital Based Strategic Dalam Meraih Peluang Pertumbuhan Sektor Pariwisata Dan Industri Kreatif. *Prosiding Seminar Nasional Multi disiplin Ilmu Unisbank ke-3*, 2017. ISBN: 9.789-7936-499-93
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. Departemen Perdagangan Republik Indonesia
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah. 2014. *Industri Kreatif*. E-Paper
- Herie Saksono. 2012. Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja* Volume 4 No. 2 Juni 2012: 93 – 104
- Latuconsina, Hudaya. 2010. *Kreativitas Tanpa Batas Menuju Ekonomi Kreatif Berbasis Insan Kreatif*. Cetakan I. Jakarta: TERAJU.
- Mulyana Sutapa. 2014. Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi* Vol.13 No.3. Unit Research and Knowledge, School of Business and Management - Institut Teknologi Bandung
- Majalah Warta Ekspor. 2011. *Potensi Industri MICE Indonesia*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. DJPEN/MJL/002/07/2011 Edisi Juli
- Rancangan Undang-Undang Ekonomi Kreatif. sumber: <http://dpd.go.id/upload/lampiran/ekonomi.pdf>
- Sidauruk Rosmawaty. 2013. Peningkatan Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Bina Praja* Volume 5 Nomor 3 Edisi September 2013: 141 – 158