

Pemetaan Kendala dalam Aplikasi Ekonomi Kreatif di Kota Bengkalis

Tri Handayani^{1,*}, Supriati²

^{1,2} Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bengkalis, Bengkalis, Riau, Indonesia 28711

ARTICLE INFO



Received: 7 Desember 2019
 Received in revised:
 17 Desember 2019
 Accepted: 17 Desember 2019
 Published: 20 Desember 2019

Open Access

ABSTRACT

The phenomenon that occurs shows how potential Bengkalis city in terms of geographical aspects as a city that is very close to neighboring countries but from the aspect of creative economic development has not increased. This study aims to map the constraints of the creative economy industry in Bengkalis City and provide recommendations in order to improve and condition the creative economy better. The study was conducted in the city of Bengkalis by conducting a semi-structure interview with 50 respondents in order to explore the constraints faced by creative economic business actors from Administrative, Technical, Operational, and Managerial (ATOM) aspects. The results of the Technical, Operational and Managerial aspects are the majority of constraints felt by creative economy business actors. There must be a breakthrough effort that must be done by the local government, and synergy with the central government and educational institutions.

Keywords: Creative economics, administrative, technical, operational, managerial

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan sektor baru yang patut menjadi perhatian dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Bagaimana tidak, realita saat ini menunjukkan bahwa industri sudah mulai bergeser dari industri manufaktur berubah menjadi industri yang mengandalkan ide atau gagasan kreatif dalam menciptakan usaha yang dikenal industri ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif (*creatif economy*) diartikan sebagai talenta (ide kreatif-inovatif) dengan nilai ekonomi yang mampu merubah kualitas hidup manusia menjadi lebih sejahtera, dimana ekonomi kreatif lebih mengandalkan kreativitas individu melalui gagasan, daya kreasi dan daya cipta untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi karyanya sehingga mampu menciptakan lapangan kerja dan usaha. (Saksoso, 2012). Hal ini terbukti dari beberapa negara yang memiliki sumber daya alam yang terbatas, seperti: Singapura, Swiss, dan Finlandia namun memiliki kekuatan ekonomi baik secara

nasional maupun global, hal ini selain berkat penguasaan pengetahuan dan teknologi, tetapi juga tingkat inovasi dan kreatifitas manusianya yang selalu ditingkatkan sehingga produktifitas mereka dalam mengembangkan usaha meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Di Indonesia sendiri perkembangan ekonomi kreatif dari tahun ketahun mengalami perkembangan, hal ini dapat terlihat pada Tabel1. Tabel 1 menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun peranan ekspor ekonomi (ekraf) terus mengalami peningkatan. Berbeda dengan ekspor nonmigas, nilai ekspor ekraf justru menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Selama periode 2011 sampai 2016, ekspor ekraf hanya mengalami penurunan sedikit pada tahun 2012 sebesar 1,29 persen. Selanjutnya ekspor ekraf terus mengalami peningkatan sampai tahun 2016.

Tabel 1. Perbandingan Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif (Ekraf), dan Ekspor Non Migas Tahun 2011-2016

	Deskripsi	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	1	2	3	4	5	6	7
Nilai Ekspor	Ekraf (miliar US\$)	15,64	15,44	15,87	18,16	19,36	19,99
	Nonmigas (miliar US\$)	162,02	153,04	149,92	145,96	131,79	132,08
	Total Migas dan Nonmigas (miliar US\$)	203,50	190,02	182,55	175,98	150,37	145,19
Perubahan Ekspor	Ekraf (%)	-	-1,29	2,79	14,46	6,60	3,23
	Nonmigas (%)	-	-5,54	-2,04	-2,64	-9,71	0,22
	Total Migas dan Nonmigas (%)	-	-6,62	-3,93	-3,60	-14,55	-3,44
Peranan Ekspor Ekraf	thd Ekspor Nonmigas (%)	9,65	10,09	10,59	12,45	14,69	15,13
	thd Ekspor Total (%)	7,69	8,13	8,69	10,32	12,88	13,77

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif 2017

* Corresponding author

E-mail addresses: trihandayani@polbeng.ac.id (Tri Handayani)

/ © 2019 P3M Politeknik Negeri Bengkalis. All rights reserved.

Tabel 2. Sepuluh Sektor Terbesar Menurut Peringkat Nilai Tambah di Kabupaten Bengkalis

Urutan	Sektor	Nilai (Juta Rp)	Distribusi (Persen)
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Pertambangan minyak bumi dan gas bumi	82.453.757	76,37
2	Perdagangan	4.024.389	3,73
3	Industri hasil kilang minyak dan gas bumi	4.020.818	3,72
4	Kayu	3.175.662	2,94
5	Industri Kayu gergajian dan kayu lapis	1.720.699	1,59
6	Industri makanan, minuman, dan tembakau	1.488.723	1,38
7	Pemerintahan umum	1.260.262	1,17
8	Industri kertas, barang cetakan / penerbitan	1.191.835	1,10
9	Bangunan	1.110.292	1,03
10	Hasil Hutan Lainnya	959.445	0,89
11	Lainnya	6.556.139	6,07
Jumlah		107.962.022	99,99

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2017

Secara rata-rata selama periode 2010–2016 ekspor ekraf mengalami peningkatan sebesar 6,93 persen pertahun. Peningkatan terbesar ekspor ekraf terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar US\$2.294,3 juta atau sebesar 14,46 persen. (Bekraf, 2017).

Namun fenomena ini berbeda yang terjadi di salah satu kabupaten yang ada di Indonesia, yaitu Kabupaten Bengkalis, hal ini dapat dibuktikan pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa Bengkalis masih mengandalkan pertambangan minyak dan gas bumi sebagai sektor yang memiliki kontribusi terbesar yaitu sebesar 76,37%, kemudian diikuti sektor perdagangan sebesar 3,73%, selanjutnya diikuti sektor lainnya yang secara general bergerak dibidang pengolahan sumber daya alam, dan pemerintahan. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa belum adanya sektor industri kreatif berkontribusi dalam peningkatan nilai tambah dalam perekonomian daerah.

Bengkalis merupakan salah satu kabupaten yang berbatasan langsung dengan negara luar yaitu Malaysia dan berdekatan dengan negara Singapura dan Thailand, sebagai salah satu daerah terluar Indonesia seharusnya perlu memiliki kekuatan dalam berbagai sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi. Bengkalis harus mampu tumbuh menjadi daerah yang dapat menerima arus baik dari luar negeri maupun dari dalam negeri. Oleh sebab itu Bengkalis harus memiliki keunggulan yang menjadikan Bengkalis mampu bersaing serta memiliki daya tarik ekonomi. Namun, apa yang telah dijelaskan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa Bengkalis belum memiliki sesuatu keunggulan ekonomi yang dapat dijadikan potensi daerah. Bengkalis tidak bisa hanya mengandalkan sektor pertambangan minyak dan gas bumi, dan sektor pengolahan sumber daya alam sebagai primadona pertumbuhan ekonomi, karena sektor tersebut akan habis dan butuh waktu lama dalam meregenerasinya, kondisi ini merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian penting seluruh pihak. Oleh sebab itu Bengkalis perlu mengangkat sektor ekonomi kreatif yang dapat dijadikan potensi ekonomi daerah sehingga menjadi ciri khas, ciri kreatif, ciri daerah Bengkalis. Potensi ekonomi tersebut dapat digali dari berbagai subsektor ekonomi kreatif yang ada sehingga Bengkalis dapat terus tumbuh dan

berkembang, mampu bersaing dalam iklim bisnis saat ini

Berdasarkan fakta inilah menjadi dasar untuk mengangkat suatu penelitian tentang pemetaan ekonomi kreatif Bengkalis sebagai potensi ekonomi yang perlu ditingkatkan. Sehingga dapat diketahui faktor penyebab sulit berkembangnya industri ekonomi kreatif di kota Bengkalis sehingga dapat menjadi referensi dan pertimbangan dalam kemajuan ekonomi Bengkalis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperlihatkan dan melakukan pemetaan faktor-faktor kendala industri ekonomi kreatif kota Bengkalis serta memberikan rekomendasi dalam rangka perbaikan dan kondisi ekonomi kreatif yang lebih baik lagi.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan rujukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Masunah (2017) yang berjudul *Creative industry: Two cases of performing art markets in Indonesia and South Korea*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat konsep dan praktik pasar seni yang merupakan satu dari 15 subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia, dengan membandingkan penerapan yang terjadi di Indonesia dan Korea Selatan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kesamaan dua pasar seni pertunjukan memiliki dua target kesamaan, Indonesia menunjukkan festival di negara dan pertunjukan tur ke luar negeri. Sedangkan perbedaan utama terletak pada antara ruang lingkup acara dan lembaga yang menyelenggarakan acara. Indonesia memamerkan karya-karya seni pertunjukan Indonesia, sedangkan Korea Selatan memamerkan karya-karya seni pertunjukan Korea dan seni dari negara lain.
2. Penelitian oleh El Hasanah (2015) dengan judul *Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di daerah istimewa Yogyakarta*. Analisis SWOT yang dilakukan menghasilkan merekomendasikan bahwa kegiatan pengembangan wirausaha muda dalam ekonomi kreatif dapat dilakukan

- dengan berbasis budaya melalui program pelatihan, pengembangan serta pemodalan.
3. Penelitian oleh Syarif et al. (2015) dengan judul analisis perkembangan dan peran industri kreatif untuk menghadapi tantangan MEA 2015. Penelitian ini menyimpulkan industri kreatif di Indonesia mempunyai peran yang cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja. Rekomendasi kebijakannya adalah perlu adanya dokumen profil industri kreatif di Indonesia serta strategi pengembangan dan positioning industri kreatif Indonesia di pasar global.
 4. Penelitian oleh Saksono (2012) dengan judul Ekonomi kreatif: talenta baru pemicu daya saing daerah. Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui keberadaan ekonomi kreatif serta memberikan rekomendasi kepada pemerintah dalam membangun komitmen, membenahi regulasi, dan mengaktualisasikan ekonomi kreatif, sehingga keberadaan ekonomi kreatif dapat menstimulasi pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing daerah dan nasional.
 5. Penelitian oleh Satria (2011) tentang strategi pengembangan industri kreatif untuk meningkatkan daya saing pelaku ekonomi lokal. Penelitian ini fokus pada industri distro clothing dikota malang, dengan menggunakan analisis SWOT dalam analisisnya kemudian merekomendasikan strategi pengembangan terhadap ekonomi kreatif khususnya industri distro clothing kota malang.
 6. Penelitian oleh Simatupang et al. (2008) dengan judul analisis kebijakan pengembangan industri kreatif di Kota Bandung. Penelitian ini mencoba melihat potensi ekonomi kreatif yang ada di kota Bandung serta memberikan rekomendasi tentang perbaikan industri ekonomi kreatif dengan pendekatan *Triple Helix* dimana menganalisa dari 3 entitas yaitu: akademisi, pemerintah, dan akademis.
 7. Penelitian oleh Mellita (2014) tentang pemetaan industri kreatif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kawasan urban di kota Palembang.

2.2 Industri Kreatif

Setelah hampir sebagian besar wilayah didunia terhubung pada era ekonomi informasi, tantangan globalisasi menjadi semakin nyata. Dalam konteks globalisasi, daya saing merupakan kunci utama untuk bisa sukses dan bertahan. Daya saing ini muncul tidak hanya dalam bentuk produk dalam jumlah banyak namun juga berkualitas. Kualitas produk tersebut dapat diperoleh melalui pencitraan ataupun menciptakan produk-produk inovatif yang berbeda dari wilayah lainnya. Diperlukan kreativitas yang tinggi untuk dapat menciptakan produk-produk inovatif. Berangkat dari poin inilah, ekonomi kreatif menemukan eksistensinya dan berkembang (Salman dalam Nasir & Yuslinaini, 2017).

Istilah ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins (2001) di Inggris, penulis buku *"Creative Economy, How People Make Money from Ideas"*. Ide Howkins diinspirasi

oleh pemikiran Robert Lucas yang melihat bahwa pertumbuhan ekonomi suatu wilayah sangat ditentukan oleh tingkat produktivitas dan keberadaan orang-orang kreatif yang memiliki talenta khusus dengan kemampuan mengaplikasikan ilmu pengetahuan untuk menciptakan suatu inovasi. Menurut Howkins, "Ekonomi Kreatif" merupakan aktivitas perekonomian yang lebih mengandalkan ide atau gagasan (kreatif) untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan di sekitarnya menjadi bernilai tambah ekonomi. Selanjutnya, konsep ekonomi kreatif tersebut dikembangkan oleh Florida melalui kedua karyanya, yakni: "The Rise of Creative Class" dan "Cities and the Creative Class". (Saksono, 2012)

Kementerian perdagangan Indonesia menyatakan bahwa industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Syarif dkk, 2015).

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) dalam "Creative Economy Report 2010" (2010; 10) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *"The 'creative economy' is an evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development. It can foster income generation, job creation and export earnings while promoting social inclusion, cultural diversity and human development. It embraces economic, cultural and social aspects interacting with technology, intellectual property and tourism objectives. It is a set of knowledge-based economic activities with a development dimension and cross-cutting linkages at macro and micro levels to the overall economy. It is a feasible development option calling for innovative, multidisciplinary policy responses and interministerial action. At the heart of the creative economy are the creative industries."* (Saksono, 2012)

Menurut Saksono (2012) Ekonomi kreatif diartikan sebagai talenta (ide kreatif-inovatif) dengan nilai ekonomi yang mampu merubah kualitas hidup manusia menjadi lebih sejahtera. Ekonomi kreatif lebih mengandalkan kreativitas individu melalui gagasan, daya kreasi, dan daya cipta untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi karyanya, sehingga mampu menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan.

Di Indonesia, pengembangan ekonomi kreatif diperkuat dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Dengan dikeluarkannya Inpres tersebut membuktikan bahwa Pemerintah Indonesia menjadikan ekonomi kreatif sebagai program nasional dan menjadi sektor yang mendapatkan perhatian dalam pembangunan nasional serta kelembagaan. Pengembangan ekonomi kreatif bersifat lintas kementerian dan mendapatkan dukungan penuh dari Presiden (Nandini, 2016).

Menurut Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009, ekonomi kreatif (ekraf) adalah kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, ketrampilan, dan

bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi, sehingga pertumbuhan ekonomi suatu negara diharapkan tidak lagi hanya mengandalkan sumber daya alam sebagai aset utama (Bekraf, 2017).

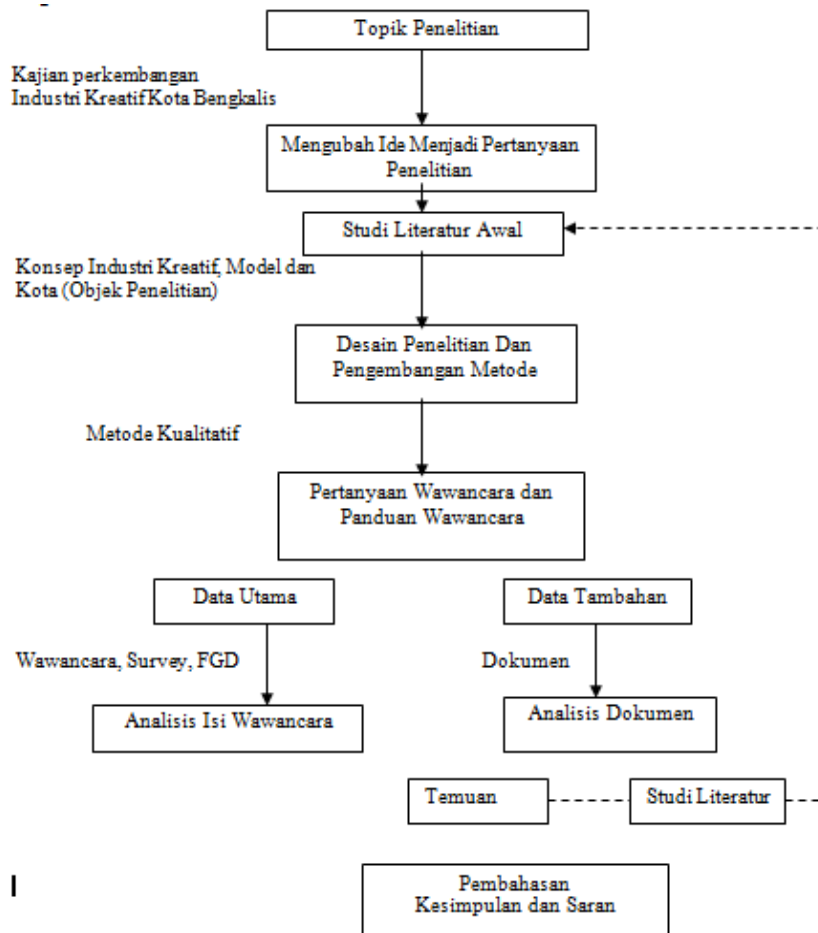
Untuk menguatkan kelembagaan yang bergerak dibidang ekonomi kreatif maka Pemerintah Indonesia secara resmi mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011 yang berisi pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang diperkuat dengan dua Direktur Jenderal yang secara langsung bertanggungjawab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

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015, kegiatan ekonomi kreatif mencakup 16 subsektor. Subsektor-subsektor tersebut adalah: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa. (Bekraf, 2017)

1. Subsektor **Arsitektur** merupakan wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang.
2. Subsektor **Desain Interior** merupakan kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior; menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup; dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik.
3. Subsektor **Desain Komunikasi Visual** merupakan seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedangkan bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya.
4. Subsektor **Desain Produk** merupakan salah satu unsur memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik, mendapatkan jaminan dan sebagainya. *Industrial Design*

Society of America (IDSA) mendefinisikan desain produk sebagai layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik.

5. Subsektor **Film, Animasi, dan Video**. Film merupakan karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi. Animasi merupakan tampilan frame ke frame dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolaholah hidup atau mempunyai nyawa. Video merupakan sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing, dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.
6. Subsektor **Fotografi** merupakan sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.
7. Subsektor **Kriya** merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga tematik produknya.
8. Subsektor **Kuliner** merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.
9. Subsektor **Musik** merupakan segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.
10. Subsektor **Fashion** merupakan suatu gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.
11. Subsektor **Aplikasi dan Game Developer** merupakan suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpun balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*).



Gambar 1. Desain Penelitian
(Sumber: data olahan)

12. Subsektor **Penerbitan** merupakan suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media elektronik, ataupun media daring untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.
13. Subsektor **Periklanan** merupakan bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sarannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.
14. Subsektor **Televisi dan Radio**. Televisi merupakan kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan. Radio merupakan kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

15. Subsektor **Seni Pertunjukan** merupakan cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (*performers*), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (*audiences*); baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tari; yang terjadi secara langsung (*live*) di dalam ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (*hic et nunc*).
16. Subsektor Seni Rupa merupakan penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami keberadaan industri ekonomi kreatif kota Bengkulu, faktor apa yang menjadi kendala dalam aplikasi industri ekonomi kreatif yang sebenarnya sangat berpotensi untuk dikembangkan dalam rangka meningkatkan perekonomian daerah dan memicu daya saing daerah kota Bengkulu sebagai kota yang sangat dengan dengan negara lain (Malaysia dan Singapura).

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan analisis kualitatif, merupakan metode penelitian *eksploratory* yang didasarkan pada jumlah sampel yang kecil, dimana teknik pengambilan sample yang digunakan adalah non-probability sampling yaitu purposive sampling. dalam penelitian ini melibatkan pelaku industri kreatif.

Penelitian ini menggunakan *semi-structure d'interview*, dimana dilakukan wawancara kepada informan dengan menggunakan daftar pertanyaan sebagai pedoman untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dari informan yang diharapkan dapat menghasilkan pemetaan kendala operasional yang dialami oleh para pelaku ekonomi kreatif kota Bengkalis. Pemetaan kendala tersebut terdiri dari aspek Administratif, Teknis, Operasional, dan Manajerial (ATOM). (Saksono, 2012). Wawancara dilakukan terhadap 50 responden yang merupakan pelaku ekonomi kreatif untuk menelaah latar belakang dan meneliti sesuatu dari segi prosesnya, mengikutsertakan analisis deskriptif dan penjelasan yang berhubungan dengan keyakinan, pengharapan, perilaku dari pihak yang berbeda dan berbagai pandangan yang berbeda. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yang dapat dijelaskan Gambar 1.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian dilakukan terhadap beberapa Usaha Kecil Menengah (UKM) Ekonomi Kreatif di Kota Bengkalis, dimana referensi yang digunakan sebagai tolak ukur ekonomi kreatif adalah menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015, yang mana kegiatan ekonomi kreatif mencakup 16 subsektor. Subsektor-subsektor tersebut adalah: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain-produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa. (Bekraf, 2017). Dalam penelitian ini mengangkan 7 subsektor, yaitu: fotografi, kriya, kiliner, fashion, penerbitan, periklanan, televisi dan radio. Dengan batasan bahwa subsektor yang lain belum tersedia di kota Bengkalis.

4.2 Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan hasil pengumpulan data diperoleh informasi, dari 50 responden pelaku ekonomi kreatif sebesar 38% memiliki latar belakang pendidikan dibidang ekonomi dan bisnis, sedangkan selebihnya 62% tidak berlatar pendidikan dibidang ekonomi dan bisnis. Hal ini menunjukkan intensi berwirausaha pelaku ekonomi kreatif tidak didukung dengan adanya latar belakang pendidikan, namun dapat bersumber dari faktor lain yang mempengaruhinya. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh handayani (2017), bahwa selain kompetensi yang dimiliki oleh wirausahawan yang diperoleh melewati proses edukasi namun efikasi diri (*self efficacy*) juga sangat mempengaruhi intensi (*intension*) seseorang untuk menggeluti dunia usaha. Hasil pemetaan kendala dalam aplikasi ekonomi kreatif

ditinjau dari aspek Adimistrasi, Teknis, Operasional, dan Manajemen maka diperoleh hasil seperti pada Tabel 3.

Pemetaan dari aspek ATOM tersebut memaparkan kendala-kendala yang dihadapi para pelaku ekonomi kreatif pada lingkungan terdekatnya. Hasil penelitian pada Tabel 3 menunjukkan terdapat sejumlah kendala yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif di Kota Bengkalis, yaitu: Pada aspek administrasi, kendala yang dihadapi berupa prosedur regulasi administrasi terhadap ekspor-impor, sumber daya dan legalitas usaha. Kendala yang paling dirasakan oleh pelaku usaha ekonomi kreatif dalam hal ini adalah regulasi bahan baku, adanya batasan-batasan terkait pemanfaatan khususnya usaha ekonomi kreatif yang mengandalkan sumber daya alam, dimana bahan baku yang digunakan diperoleh dengan cara harus diimport terlebih dulu sehingga harus melewati proses yang terkadang cukup rumit, hal ini dirasakan pada beberapa pengrajin (subsektor kriya).

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

Selanjutnya dalam aspek Operasional merupakan kendala terkait proses kegiatan usaha, proses produksi yang secara spesifik memaparkan kendala para wirausaha dalam menjalankan bisnisnya mulai dari input menjadi output. Tantangan ini terkait dengan bagaimana para pengusaha mendapatkan bahan baku terbaik demi mengkasikan produk yang baik bagi bisnisnya. Dalam aspek ini yang paling dirasakan oleh para wirausaha adalah adanya kelangkaan dan mahalnya bahan baku untuk menghasilkan produk usaha mereka. Hal ini berdampak besar bagikelangsungan usaha dan perlu mendapatkan perhatian dan solusi oleh pemerintah untuk mendukung kelancarannya.

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

Selanjutnya dalam aspek Operasional merupakan kendala terkait proses kegiatan usaha, proses produksi yang secara spesifik

Tabel 3. Kendala dalam penerapan ekonomi kreatif di kota Bengkulu ditinjau dari aspek Administrasi, Teknis, Operasional, dan Manajemen (ATOM)

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

Sumber: Data Olahan

memaparkan kendala para wirasaha dalam menjalankan bisnisnya mulai dari input menjadi output. Tantangan ini terkait dengan bagaimana para pengusaha mendapatkan bahan baku terbaik demi mengkasikan produk yang baik bagi bisnisnya. Dalam aspek ini yang paling dirasakan oleh para wirasaha adalah adanya kelangkaan dan mahalnya bahan baku untuk menghasilkan produk usaha mereka. Hal ini berdampak besar bagikelangsungan usaha dan perlu mendapatkan perhatian dan solusi oleh pemerintah untuk mendukung kelancarannya.

Kemudian kendala dari aspek manajemen dimana kendala yang bersifat internal perusahaan. Kendala ini dapat bersumber dari internal dan eksternal yang mempengaruhi kekuatan bisnis usaha ekonomi kreatif tersebut. Dalam aspek ini yang menjadi kendala utama adalah keterbatasan usaha ekonomi kreatif dalam mendapatkan karyawan yang terampil yang mau menekuni pekerjaan kreatif usaha tersebut. Hal ini disebabkan oleh angkatan kerja yang ada di Bengkulu hanya unggul dari sisi kuantitasnya tetapi belum diimbangi dengan

padat karya, perlu melakukan rekrutmen karyawan dari luar kota Bengkulu yang tentunya memerlukan biaya yang besar, hal inilah menjadi problem sehingga ekonomi kreatif sulit berkembang di kota Bengkulu.

Pemetaan kendala ini juga dapat menunjukkan bahwa usaha ekonomi kreatif kota Bengkulu belum dikelola secara optimal. Bengkulu merupakan daerah strategis, sangat dekat dengan negara tetangga (Malaysia dan Singapura), memiliki budaya dan ekowisata lokal yang potensial untuk digarap, perlu ada keseriusan oleh pemerintah untuk mengembangkannya.

4.3 Upaya Terobosan (*Breakthrough*)

Melihat kendala yang telah ditemukan dalam proses penelitian ini kita dapat jadikan sebagai sumber evaluasi serta perlunya sejumlah upaya terobosan yang perlu diambil oleh berbagai pihak. Pemerintah khususnya Pemerintah daerah perlu merangkul para usaha ekonomi kreatif, dapat dilakukan dengan menetapkan regulasi/ kebijakan yang mendukung iklim bisnis yang

segar bagi para pelaku ekonomi. Kebijakan administrasi harus berpihak kepada para UKM, kebijakan mekanisme pasar dan ekspor-impor harus menguntungkan para pelaku ekonomi domestik serta pengawasannya, serta pembinaan masyarakat yang padat karya, berwawasan, dan berfikir inovasi-kreatif yang tetap mengunggulkan potensi lokal/ daerah.

Pemerintah juga perlu mempermudah akses bagi pelaku ekonomi kreatif dalam mendapatkan faktor-faktor produksinya. Mengingat kota Bengkalis merupakan sebuah pulau, perbaikan sarana dan infrastruktur perlu dikembangkan sehingga arus transportasi dan informasi lebih mudah.

Pemerintah juga perlu bersinergi dengan pihak swasta Pihak swasta, seperti perbankan dan pemodal dapat mensupport UKM dalam memperoleh modal dan investasi usaha sehingga faktor produksi modal dapat mudah diperoleh para pelaku ekonomi kreatif. Mengingat manajerial merupakan salah satu kendala yang perlu dievaluasi dan dilakukan upaya terobosan, Institusi akademis juga memiliki peran penting dalam memajukan ekonomi kreatif dan bersinergi dengan pemerintah daerah. Lingkungan ekademis yang mensupport mengembangkan wawasan, dan keterampilan sumber daya manusia (SDM) akan melahirkan masyarakat yang padat karya dan kreatif-inovatif. Jelas ini sangat membantu dalam mempersiapkan SDM unggul dan SDM yang siap menerima perubahan, *awareness* dan tanggap potensi daerahnya.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, Pemetaan kendala terhadap ekonomi kreatif kota Bengkalis dari aspek Administrasi, Teknis, Operasional, dan Manajemen. Menjadi evaluasi bagi pihak terkait seperti pemerintah, swasta dan institusi akademis. Hasil menunjukkan Usaha Ekonomi Kreatif Kota Bengkalis belum dikelola dengan serius dan optimal. *Kedua*, Beberapa *Breakthrough* yang dapat dilakukan pemerintah untuk mendukung pelaku ekonomi kreatif adalah regulasi/ kebijakan pemerintah yang mempermudah pelaku ekonomi kreatif dalam menjalankan usahanya (aspek administrasi, teknis, dan operasional), pengawasan dari aspek mekanisme pasar, ekspor-impor, pengembangan akses dan pembinaan masyarakat. *Ketiga*, perlu ada sinergi antara Pemerintah, Swasta dan Institusi Pendidikan, hal ini terkait mempermudah para pelaku ekonomi kreatif dalam mendapatkan faktor produksi dan menciptakan *awareness* masyarakat.

Referensi

- Asyhari, A., & Wasitowati, W. Hubungan Triple Helix, Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja. In *2nd Conference in Business, Accounting, and Management 2015*. Sultan Agung Islamic University.
- El Hasanah, L. L. N. (2015). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268-280.
- Etzkowitz, H & Dizisah, J. (2008). Triple Helix Circulation: the heart of innovation and development. *International Journal of Tecnology Management and Sustainable Development*, 7, 101-115.
- Masunah, J. (2017). Creative Industry: Two Cases of Performing Arts Market in Indonesia and South Korea. *Jurnal Humaniora*, 29(1), 108-118.
- Mellita, D. (2014). Pemetaan industri kreatif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kawasan urban di kota Palembang.
- Prasetyani, T. R. (2016). Penguatan Sinergi ABG (Academic, Business & Government) Untuk Pengembangan Entrepreneurship Bagi Penduduk Usia Produktif Di Kabupaten Batang, RISTEK: *Jurnal Riset Inovasi dan Teknologi*, 1(1), 76-84.
- Praswati, A. N. (2017). Perkembangan Model Helix Dalam Peningkatan Inovasi. *Seminar Nasional Riset dan Bisnis (SANSETMAB)*.
- Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja*, 4 (2), 93-104.
- Satria, D. (2011). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(1), 301-308.
- Simatupang, T. M., Yudoko, G., Handayati, Y., Pascasuseno, A., Permadi, K., & Listiani, W. (2008). Analisis Kebijakan Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandung. *Journal of Technology Management*, 8(1).
- Soeprapto, A. (2012). Sinergi kalangan Akademik, Dunia Usaha dan Pemerintah Dalam Program Pengembangan Budaya Kewirausahaan Mahasiswa. *Yogyakarta, Convergence Paper*.
- Syarif, M., Azizah, A., & Priyatna, A. (2015). Analisis Perkembangan dan Peran Industri Kreatif Untuk Menghadapi Tantangan MEA 2015. *SNIT 2015*, 1(1), 27-30.
- Taufik, T. A. (2010). Kemitraan dalam Pengusutan Sistem Inovasi Nasional, Dewan Riset nasional, Jakarta.