

KAJIAN KEBIJAKAN PEMERINTAH KOTA SEMARANG DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

**Nana Kariada, Tri Martuti, Avi Budi Setiawan, Totok Sumaryanto F
Universitas Negeri Semarang
Corresponding Email : nanakariada@mail.unnes.ac.id**

Abstract

The purpose of this research was to look at the development of the creative economy and to determine the priorities of the creative economy development strategy in the city of Semarang. This research uses descriptive analysis method. Data collection methods used are documentation and interviews. While the data analysis method used in this research is the analysis of overlay and analytic hierarchy process (AHP) to determine the policy strategy and development of the creative economy in the city of Semarang. The results of the research based on the overlay analysis show that the creative economy sector in the city of Semarang which is included in the leading sectors includes culinary, fashion and craft. Then for potential sectors are photography, videography, tv and radio, advertising, architects, music, applications, and games. From the results of interviews with creative industry players, it can be seen that the needs of creative economic actors in the city of Semarang include ease of business permits, moral support, especially embrace from the government, free space for work and expression and a marketing place for creative economic products. Based on AHP analysis, the results that the first priority aspect to be developed as an effort to progress in the creative economy in Semarang is an institutional aspect with a weight value of 70.9%. Then the second priority aspect is infrastructure with a weight value of 21.2%, and the last or third priority aspect is the policy aspect with a weighting value of 7.9%.

Keywords: creative economy, institutional, infrastructure, policy

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah untuk melihat perkembangan ekonomi kreatif dan untuk menentukan prioritas strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan wawancara. Sedangkan metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis overlay dan analytic hierarchy process (AHP) untuk menentukan strategi kebijakan dan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang. Hasil penelitian berdasarkan analisis overlay menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif di Kota Semarang yang termasuk dalam sektor unggulan antara lain adalah kuliner, fashion, dan kriya. Kemudian untuk sektor potensial adalah fotografi, videografi, tv dan radio, advertising, arsitek, musik, aplikasi dan game. Dari hasil wawancara dengan para pelaku industri kreatif dapat diketahui bahwa kebutuhan para pelaku ekonomi kreatif di Kota Semarang diantaranya adalah kemudahan izin usaha, dukungan moral terutama rangkulan dari pemerintah, ruang bebas untuk berkarya dan berekspreasi dan tempat pemasaran bagi produk-produk ekonomi kreatif. Berdasarkan analisis AHP diperoleh hasil bahwa aspek yang menjadi prioritas pertama untuk dikembangkan sebagai upaya kemajuan ekonomi kreatif di Kota Semarang adalah aspek kelembagaan dengan nilai bobot 70,9%. Kemudian aspek prioritas kedua adalah infrastruktur dengan nilai bobot sebesar 21,2% dan aspek prioritas terakhir atau ketiga adalah aspek kebijakan dengan nilai bobot sebesar 7,9%.

Kata Kunci : ekonomi kreatif, kelembagaan, infrastruktur, kebijakan

Pendahuluan

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan antara informasi dan kreativitas. Ekonomi kreatif lebih mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatannya. Masyarakat sekarang mulai akrab dengan istilah ekonomi kreatif karena banyaknya *home industry* yang menjual ide kreatif sebagai bahan untuk dijual. Ekonomi kreatif menurut para pakar ekonomi disebut dengan talenta yang dapat mengubah hidup masyarakat melalui gagasan yang kreatif sehingga mampu menghasilkan produk – produk mempunyai nilai tambah ekonomi yang dapat menjadikan hidup lebih sejahtera.

Menurut Badan Ekonomi Kreatif, terdapat 16 jenis industri dalam elemen ekonomi kreatif yang meliputi Aplikasi dan Game, Musik, Arsitektur, Desain Komunikasi Visual, Fashion, Kriya, Kuliner, Desain Interior, Desain Produk, Fotografi, Periklanan, Penerbitan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Televisi dan Radio. Ke enam belas kategori tadi memang menyatu dengan sektor ekonomi induknya berdasarkan lapangan usaha.

Ekonomi kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan (Romarina, 2016). Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang dapat mengkolaborasi semua kekayaan yang ada di Indonesia secara berkelanjutan. Makna kreativitas dapat dilihat sebagai kapasitas atau daya upaya untuk menghasilkan sesuatu yang unik. Kreativitas merupakan faktor pendorong munculnya inovasi serta merupakan penyumbang pendapatan masyarakat. Pengembangan ekonomi kreatif diharapkan dapat mengefisienkan pembangunan daerah dan dapat merubah sistem perekonomian, serta kebijakan pemerintah ke arah yang lebih baik.

Dimana ekonomi kreatif ini memiliki potensi dan peranan yang cukup strategis dalam memberikan efek ke depan yang positif, dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat (Ananda dan Susilowati, 2017).

Sektor ekonomi kreatif yang menyumbang PDB paling besar adalah kuliner sebesar 41,4%. Kemudian fashion sebesar 18,01%. Disusul kriya sebesar 15,4%. TV dan radio sebesar 8,27%; penerbitan 6,32%. Kemudian arsitektur 2,34%; aplikasi dan game developer 1,86%; periklanan 0,81%; desain komunikasi visual 0,66%; musik 0,48%; fotografi 0,46%; seni pertunjukan 0,27%; desain produk 0,25%; seni rupa 0,22%; film, animasi, video 0,17%; dan desain interior 0,16%. (databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/28/kuliner-penyumbang-pdb-ekonomi-kreatif-terbesar).

Semarang merupakan ibu kota dari Jawa Tengah yang menjadi pusat perdagangan dan jasa di Jawa Tengah. Banyak sektor ekonomi kreatif yang berdiri di Semarang yang terdiri dari 16 kategori ekonomi kreatif. Akan tetapi, sektor industri kreatif seperti yang selama ini berkembang pesat secara global dan nasional belum terpetakan dengan jelas di kota Semarang, baik potensi, cakupan bidang usaha maupun kendalanya. Oleh karena itu perlu kajian untuk melihat bagaimana perkembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang seperti pada kategori-kategori yang telah dijelaskan di atas. Selanjutnya perlu upaya untuk melihat bagaimana pola perkembangannya saat ini dan bagaimana upaya pengembangannya.

Metodologi Penelitian

Penelitian menggunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan bagian awal gambaran umum mengenai kondisi potensi ekonomi kreatif di Kota Semarang saat ini. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Semarang. Metode

pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis overlay dan *analytic hierarchy process* (AHP) untuk menentukan strategi kebijakan dan pengembangan ekonomi daerah yang banyak masalah pengambilan keputusan berkaitan dengan faktor-faktor yang harus diperhitungkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku ekonomi kreatif di Kota Semarang. Adapun pelaku yang terlibat dalam ekonomi kreatif antara lain dari unsur pemerintah (Dinas Perdagangan, Dinas Perindustrian, Dinas Perhubungan dan Kominfo, Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi dan UMKM, BPS dan beberapa SKPD lain); Asosiasi pelaku ekonomi kreatif (PHRI, ASITA, Asosiasi percetakan, Broadcasting dan lainnya); Unsur pelaku usaha ekonomi kreatif; Perbankan dan Akademisi.

Adapun dalam analisis AHP, informan yang dipilih adalah sembilan orang. Dasar penentuannya adalah keterwakilan *key persons* yang dianggap kompeten dalam menjawab permasalahan penelitian ke tiga. Informan yang dipilih adalah (1) Dinas yang terkait langsung dengan ekonomi kreatif; (2) Pelaku usaha ekonomi kreatif pada bidang usaha ekonomi kreatif unggulan di kota Semarang; (3) Akademisi dan perbankan serta asosiasi yang menaruh perhatian tinggi pada sektor ekonomi kreatif.

Teknik Pengumpulan Data pengumpulan data dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti. Data primer diperoleh dengan menggunakan metode survey, kuesioner dan wawancara mendalam. Sedangkan data diperoleh tidak secara langsung dari subjek yang diteliti, namun melalui pihak lain seperti instansi atau lembaga yang terkait, studi kepustakaan (literatur) dan sebagainya.

Hasil Dan Pembahasan Kajian Overlay Pola dan Tren Perkembangan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan kajian per sektor ekonomi kreatif yang telah dilakukan di Kota Semarang, diperoleh gambaran beberapa hal yang menarik. Meskipun semua sub bidang ekonomi kreatif ada dan tumbuh di kota Semarang, akan tetapi perkembangannya dapat dikatakan beragam.

Tabel 1. Klasifikasi Sektor Ekonomi Kreatif yang Berkembang di Kota Semarang

Unggulan	Potensial	Kurang berkembang
Kuliner, Fashion, Kriya	Fotografi, Videografi, TV dan Radio, Advertising, arsitek, Musik, aplikasi dan game	Seni pertunjukan, desain produk, desain interior

Sumber: Data primer, diolah

Hasil kajian ini dapat membagi perkembangan ekonomi kreatif di kota Semarang ke dalam tiga kelompok besar berdasarkan analisis overlay. Berikut disajikan Tabel 1 tentang klasifikasi perkembangan sektor ekonomi kreatif di Kota Semarang yang berkembang di Kota Semarang memberikan gambaran bahwa tidak semua sub bidang ekonomi kreatif berkembang pesat di kota Semarang. bahkan terdapat sub bidang yang hanya sekedar bertahan saja karena gempuran inovasi pada bidang ekonomi kreatif yang lain. Sebagai contoh, bidang seni pertunjukan tradisional di kota Semarang ternyata tidak dapat berkembang pesat. Hal ini dikarenakan sektor ini digerus oleh bidang lain seperti aplikasi dan game, musik modern dan aplikasi dan game. Aspek ketiadaan inovasi juga turut menjadi kendala perkembangan sub bidang ini. Sebagaimana disampaikan oleh, bahwa adanya inovasi dan kreativitas yang timbul pada masyarakat, membuat sektor industri kreatif mempunyai peran

penting dalam pengembangan perekonomian suatu daerah. Beberapa sektor lain seperti desain produk dan desain interior juga kurang berkembang karena masih terbatasnya pasar. Masyarakat umumnya masih awam dengan bidang ini.

Adapun sektor-sektor yang berkembang pesat dan menjadi andalan adalah kuliner, fashion dan kriya. Hasil pengamatan ini konsisten dengan kondisi di Indonesia secara umum. Di mana ke tiga sektor tersebut menjadi kontributor utama penyumbang ekonomi kreatif di Indonesia.

Sebagai kota Jasa dan Perdagangan, tentu saja sektor kuliner berkembang pesat. Banyak kuliner khas yang telah memiliki *brand image* kuat. Kota Semarang memang cukup dikenal sebagai pusat kuliner di Indonesia dengan beragam makanan khas. Tak hanya makanan tradisional, banyak juga inovasi kuliner yang berkembang pesat. Pangsa pasar pun terbilang cukup luas mengingat kota Semarang adalah kota dengan jumlah penduduk terpadat di Jawa Tengah dan salah satu daerah tujuan wisatawan lokal apabila ke Jawa Tengah.

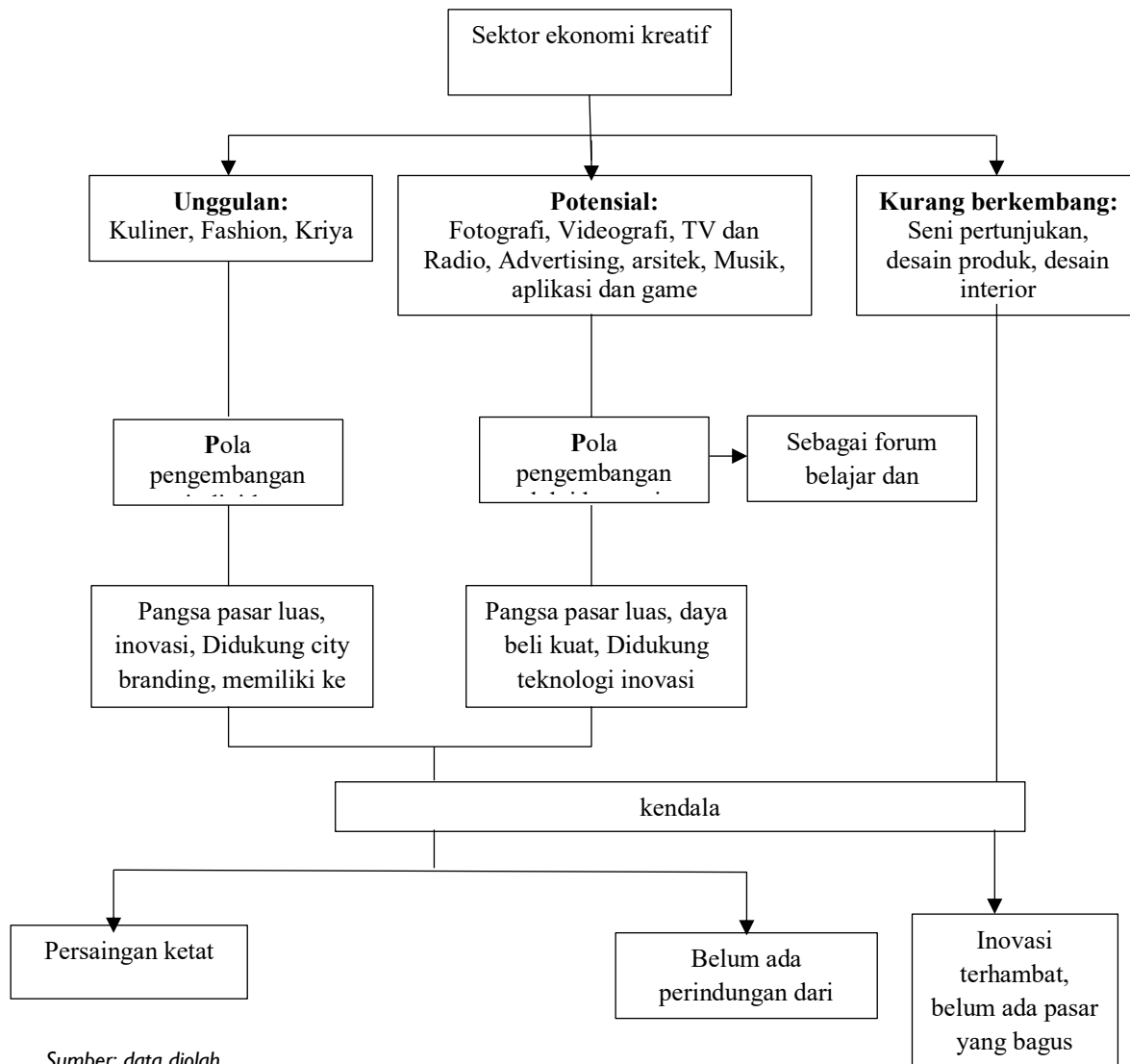
Sektor fashion dan kriya juga demikian, ke dua sektor ini memang menjadi penopang ekonomi kreatif di Kota Semarang. setidaknya hal ini terlihat dari testimoni beberapa pelaku pada ke tiga bidang tersebut. Sebagai sektor yang berkembang pesat, pelaku di ketiga sektor tersebut amatlah banyak dan mulai memunculkan persaingan. Tren perkembangannya juga cenderung mengikuti selera pasar. Akan tetapi, perkembangan ketiga sektor tersebut

umumnya berjalan secara alamiah. Karena banyak pelakunya dan besar kontribusinya. Antar pelaku umumnya mengembangkan bisnis secara individu. Pada ke tiga sektor ini peran kelembagaan dalam hal ini komunitas kurang terasa. Inovasi berjalan dengan melihat apa yang dilakukan pesaing.

Sedangkan beberapa sektor lain yang masuk kategori potensial atau mulai berkembang antara lain: Fotografi, Videografi, TV dan Radio, Advertising, Arsitek, Musik, Aplikasi dan Game. Sektor – sektor tersebut memang secara kontribusi belum begitu terasa apabila dibandingkan dengan kuliner, fashion atau kriya. Namun, perkembangan sektor ini sudah terasa. Setidaknya hal itu diakui oleh para pelaku yang menjadi informan. Perkembangan sektor-sektor di atas antara lain disebabkan karena munculnya generasi milenials yang mulai memiliki daya beli, serta perkembangan teknologi dan komunikasi menyambut era revolusi industri ke empat.

Pola pengembangannya pun sedikit berbeda dengan sektor yang sudah menjadi andalan. Pada beberapa sub sektor ini, peran komunitas (UKM) ternyata amatlah penting dalam kegiatan usaha (Rahmanto et al, 2018). Mulai dari memulai usaha, bertahan di tengah gempuran persaingan, forum belajar dan diskusi. Semua itu banyak melibatkan peran komunitas.

Salah satu alasannya adalah sektor ini biasanya dikembangkan oleh generasi muda yang kreatif dan inovatif, dukungan permodalan yang belum begitu kuat serta sifat bidang usahanya yang memang mengarah pada model, bisnis *sociopreneur*.



Sumber: data diolah

Gambar 1. Pola Perkembangan sektor ekonomi kreatif di Kota Semarang

Analisis Kebutuhan Pelaku Ekonomi Kreatif

Dari sekian banyak pelaku industri kreatif di Kota Semarang, rupanya masih banyak yang belum merasakan program ataupun kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Kebanyakan dari pelaku industri kreatif mengaku bahwa mereka merintis usaha mereka sendiri tanpa bantuan dari pemerintah bahkan hingga berkembang saat ini. Mereka menilai bahwa pemerintah kurang aktif dan tanggap terhadap para pelaku industri kreatif. Meski begitu, adapula pelaku industri kreatif yang mengaku bahwa pemerintah telah membantu mereka dengan baik meski tidak sepenuhnya.

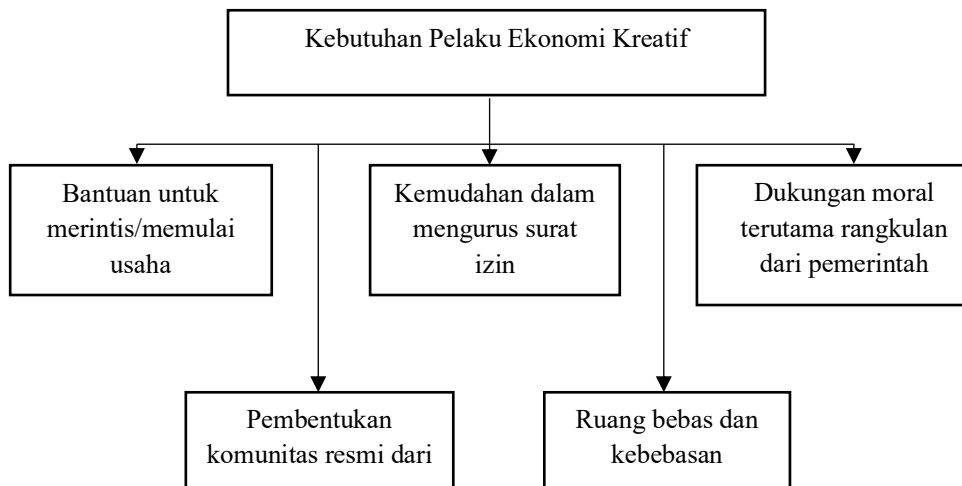
Para pelaku industri kreatif sebenarnya tidak meminta banyak dari pemerintah. Bahkan meski mereka sebenarnya membutuhkan tambahan modal berupa uang, namun mereka sama sekali tidak mengharapkan bentuk uang dari pemerintah. Mereka meyakini usaha mereka akan terus jalan meski pemerintah tidak menerjunkan dana kepada pelaku industri. Kebanyakan dari para pelaku industri menginginkan kemudahan dalam mengurus surat izin mereka.

Hanya saja pelaku ekonomi kreatif merasakan, pemerintah belum memberikan kemudahan di dalam pengurusan surat izin usaha. Pelaku usaha kesulitan di dalam pengurusan

surat izin tersebut, yang membutuhkan waktu berbulan-bulan untuk mendapatkan surat izin tersebut. Surat izin usaha bagi pelaku industri sangatlah penting untuk menentukan kredibilitas mereka. Ada beberapa sub bidang yang sangat membutuhkan surat izin usaha agar mereka mendapatkan pekerjaan yang lebih besar daripada sekarang. Namun karena kurang difasilitasi oleh pemerintah dengan baik, sehingga mereka harus menumpang nama kepada usaha dengan pelaku yang lain, agar bisa mendapatkan pekerjaan tersebut. Di sisi lain dengan menumpang nama pelaku usaha yang lain, menyebabkan penghasilan mereka kurang maksimal karena harus berbagi keuntungan.

Selain itu, para pelaku industri juga hanya butuh dirangkul oleh

pemerintah. Mereka pun menyadari bahwa untuk mendukung satu per satu pelaku industri memang berat, terlebih banyaknya pelaku industri di Kota Semarang ini. Akan tetapi mereka juga mempunyai ide tentang pembuatan komunitas resmi dari pemerintah. Karena selama ini komunitas yang ada di Semarang, hanyalah komunitas yang dibuat bersama dengan para pelaku industri kreatif dibidang yang sama. Sementara itu, belum tentu OPD terkait (pemerintah) mengetahui tentang keberadaan komunitas tersebut. Oleh karena itu komunitas resmi dari pemerintah akan sangat membantu pemerintah untuk merangkul seluruh para pelaku industri kreatif di Kota Semarang.



Gambar 2. Pola Kebutuhan Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Semarang

Keberadaan komunitas-komunitas tersebut akan mempermudah di dalam memberikan dukungan dan penjelasan tentang kebijakan, pelatihan serta pembelajaran yang diselenggarakan OPD terkait.

Sesuai dengan penamaan Industri kreatif, sehingga bidang usaha yang dilakukan tidak akan jauh dari namanya kreatifitas. Pelaku industri kreatif pun menginginkan ruang bebas dari pemerintah untuk mereka bisa berkarya dan berekspresi, adanya kebebasan berkarya dan adanya “ruang”

bagi industry kreatif tersebut, tentunya akan mengasah kreatifitas mereka. Terlebih, kebanyakan pelaku industri kreatif di Kota Semarang adalah anak muda yang ide serta kreatifitasnya masih tinggi. Dengan mereka telah mempunyai izin usaha yang sah dan ruang bebas tersebut, mereka akan dapat lebih berkarya serta dapat melakukan pemasaran hasil karyanya dengan baik. Sehingga diharapkan dapat usaha-usaha mereka pun akan lebih berkembang.

Perkembangan industri kreatif di Kota Semarang sendiri sudah cukup bagus di mata pemerintah karena aktifnya para pelaku industri untuk menghidupkan industri kreatif. Pengembangan industri kreatif direncanakan matang-matang oleh pihak pemerintah dengan rangkaian yang cukup panjang agar tidak terjadi kesenjangan dan dapat merangkul seluruh pelaku industri kreatif di Kota Semarang. Setelah melalui tahap perencanaan yang matang, maka pelaksanaan akan diserahkan kepada yang terkait sebagai eksekutor. Ada banyak kendala yang dialami saat proses eksekusi mengembangkan industri kreatif di Kota Semarang. Salah satunya terkait dengan perkembangan digital yang saat ini terjadi. Salah satu pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah adalah *e-commerce* sebagai sarana pemasaran dari produk yang dihasilkan oleh para pelaku industri. Pemerintah Kota Semarang ingin membuat web sendiri untuk para pelaku industri di Kota Semarang yang setara dengan Bukalapak dll. Namun yang menjadi kendala adalah masih 'abu-abu' terkait dengan pembayaran, penerima pesanan dan penghubung. Rencana yang belum matang tersebut menjadikan *e-commerce* yang diinginkan belum dapat dijalankan hingga sekarang. Sebagai solusi, pemerintah memberikan fasilitas web untuk pelaku industri di Kota Semarang sebagai tempat pemasaran mereka.

Selain itu, saat ini yang mereka lakukan adalah memberikan tempat kepada pelaku industri di kawasan Kota Lama yaitu Semarang Creative Galery. Gedung yang belum lama ini selesai dari renovasi dan pembukaannya, ditujukan untuk pelaku industri yang ingin memamerkan serta menjual produknya. Fasilitas yang diberikan pemerintah Kota Semarang tersebut tidak dipungut biaya atau gratis dan terbuka untuk siapapun. Namun sayangnya, hingga kini yang dapat tertampung hanya sebagian pelaku

industri yang menjadi bimbingan dari pemerintah Kota Semarang.

Saat ini industri kreatif yang sangat berkembang di Semarang adalah bidang fashion. Terbukti dengan banyaknya desainer ternama yang ternyata berasal dari Kota Semarang seperti Anne Avantie. Industri fashion memang tidak dapat disangkal perkembangannya seiring berkembangnya media sosial. Masyarakat sekarang lebih melek fashion dibanding masyarakat zaman dulu. Fashion menjadi bagian yang penting bagi semua kalangan agar terlihat lebih *fashionable*. Maka tak heran, banyak pelaku yang masuk dalam industri ini berlomba untuk membuat desain yang bagus dan menarik untuk dijual. Meski marak pelaku industri fashion, nyatanya para pelaku tak pernah merasa sepi peminat. Oleh karena itu, industri fashion dianggap sangat berkembang di Kota Semarang. Pengembangan yang dilakukan pemerintah tak jauh dari pemasaran produk fashion yang dihasilkan oleh para pelaku. Mulai dari memberikan fasilitas stand saat ada event tertentu yang diadakan pemerintah Kota Semarang hingga memberikan tempat secara gratis di gedung Semarang Creative Galery.

Sub bidang industri kreatif yang sedang dikembangkan lainnya adalah industri aplikasi dan game. Industri tersebut memang sedang digemari oleh pelaku industri baik yang baru maupun yang lama dikarenakan perkembangan zaman yang segalanya serba digital. Bahkan sekarang ini, kita sudah tidak lagi mengandalkan transportasi umum namun lebih memilih transportasi online karena dirasa lebih mudah didapatkan dan lebih memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Kesuksesan tersebut menjadikan banyak kalangan terutama kalangan anak muda ingin terjun pada bidang industri aplikasi dan game.

Salah satu cara yang sedang dilakukan pemerintah untuk mengembangkan aplikasi ini adalah

mengajak komunitas yang telah terbentuk sebelumnya untuk bergabung bersama pemerintah di gedung yang telah diberikan oleh pemerintah untuk mereka berkumpul. Segala fasilitas yang diperlukan oleh mereka telah disediakan pemerintah termasuk koneksi internet tanpa hambatan selama 24 jam full. Hal yang diharapkan dari pemerintah dengan fasilitas tersebut adalah agar komunitas yang ada dan anak muda lainnya lebih produktif jadi tidak hanya sekedar nongkrong tanpa ada hasil. Dengan cara ini, diharapkan banyak anak muda yang berkembang dan lebih menghasilkan sehingga industri kreatif sub bidang aplikasi dan game dapat berkembang dengan baik di Kota Semarang.

Sub bidang industri kreatif yang susah berkembang dan memang sepi peminat adalah industri seni pertunjukan terlebih seni pertunjukan tradisional. Era globalisasi seperti ini, budaya dari negara luar mulai mudah masuk dan lebih disukai masyarakat terutama kalangan muda. Seni tradisional mulai ditinggalkan dan sepi peminat. Fenomena tersebut juga terjadi di Kota Semarang. Pemerintah sangat memfasilitasi dan memberikan bantuan serta dukungan kepada industri ini. Namun, upaya pemerintah mengalami banyak kendala baik dari pelakunya maupun peminatnya. Kebanyakan pelaku dari industri ini usianya memang sudah tua sehingga pola pikirannya susah untuk dibentuk agar mengikuti zaman sekarang, sedangkan konsumen disana lebih banyak anak muda yang notabene sudah tidak tertarik dengan sesuatu yang tradisional.

Salah satu usaha pemerintah untuk menghidupkan industri seni pertunjukan adalah membiayai jalannya pertunjukan wayang orang yang diadakan di gedung kesenian TBRS, membiayai pertunjukan tradisional yang dilakukan di kawasan Kota Lama dan diharapkan menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk berkunjung ke kawasan tersebut. Usaha tersebut hingga sekarang belum membuahkan hasil sehingga pemerintah

masih harus memikirkan cara lain untuk mengembangkan industri kreatif sub bidang seni pertunjukkan.

Meski begitu, sub bidang lain seperti videografi, fotografi, desain interior dan lainnya tidak pernah luput dari pemerintah. Pemerintah juga mengupayakan pengembangan bidang yang lain dengan bantuan dinas terkait yang menjadi eksekutor masing-masing bidang industri kreatif tersebut. Caranya masih sebatas dengan mengumpulkan komunitas dari bidang terkait dan memberikan pelatihan rutin serta melakukan pemantauan hasil dari pelatihan. Sampai saat ini pemerintah tidak ingin memberikan dukungan berupa modal uang. Bagi pemerintah, dukungan berupa pemberian uang justru akan memanjakan pelaku industri kreatif. Karena sebenarnya, industri kreatif tidak hanya sekedar tentang masalah uang, melainkan lebih menekankan kepada kreatifitas mereka untuk membuat sesuatu yang pantas untuk dijual dan dipasarkan, urusan modal bisa didapatkan dengan mudah.

Tantangan ke depan yang akan dihadapi industri kreatif khususnya di Kota Semarang adalah persaingan digital yang membabi buta. Para konsumen sekarang pun lebih memilih online daripada harus susah payah pergi ke toko. Para pelaku yang tidak tanggap akan perkembangan digital ditakutkan akan tergerus oleh yang lainnya dan lama kelamaan akan mati. Bahkan telah diprediksi beberapa tahun ke depan, mall di Kota Semarang akan sepi pengunjung karena konsumen memilih untuk melakukan transaksi atau pembelian secara online. Tantangan selanjutnya adalah bagaimana mengedukasi para pelaku industri kreatif untuk menggunakan zaman digital sebagai upaya usaha penjualan mereka agar tidak mati.

Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Semarang

Adapun tahapan selanjutnya dalam penelitian ini adalah merumuskan upaya pengembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang. Berdasarkan analisis overlay diketahui bahwa terdapat tiga kriteria dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang. Pertama adalah aspek kelembagaan (pembentukan komunitas kreatif). Kedua adalah aspek infrastruktur (ruang-ruang kreativitas dan sarana prasarana). Ke tiga adalah aspek kebijakan (dukungan program dan kebijakan pemerintah). Disamping itu strategi dalam pengembangan ekonomi kreatif harus didasarkan pada pilar sumber daya manusia, industri, teknologi, institusi dan keuangan. Yaitu berupa: penguatan kualitas sumber daya manusia; peningkatan dan penguatan basis ekonomi kreatif (ekonomi kerakyatan) yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif; penciptaan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif; penguatan dari aspek kelembagaan; serta meningkatkan akses kepada lembaga keuangan (Istifadah dan Tjaraka, 2017).

Ke tiga aspek ini kemudian didalami lagi ke dalam beberapa prioritas alternatif. Pada aspek kelembagaan terdapat tiga sektor ekonomi kreatif yang membutuhkan dukungan yakni fotografi, animasi video film, dan musik. Sedangkan pada aspek infrastruktur terdapat tiga sektor yang menjadi prioritas yakni fotografi, desain interior dan fashion. Ketiga sektor tadi adalah yang paling membutuhkan dukungan

infrastruktur. Sedangkan pada alternatif ke tiga yakni aspek kebijakan. Terdapat tiga sektor pula pada aspek kebijakan yang paling membutuhkan dukungan yakni kuliner, kriya dan musik. Dasar penentuan tiga sektor pada masing-masing kriteria adalah berdasarkan hasil analisis overlay dan *indepth interview*. Para informan menganggap masing-masing sektor tersebut mendesak untuk dikembangkan. Berikut disajikan hasil analisis AHP untuk memilih prioritas kriteria dan alternatif.

Prioritas pengembangan ekonomi kreatif pada setiap kriteria

Dalam rangka memilih aspek apa yang paling menjadi prioritas untuk dikembangkan diantara aspek kelembagaan (pembentukan komunitas kreatif), aspek infrastruktur (ruang-ruang kreativitas dan sarana prasarana), aspek kebijakan (dukungan program dan kebijakan pemerintah). Maka dilakukan analisis AHP untuk menentukan sektor mana yang paling prioritas. Berikut disajikan hasil analisis AHP.

Pada hasil di atas dapat kita lihat bahwa dari tiga aspek yang menjadi prioritas untuk dikembangkan sebagai upaya kemajuan ekonomi kreatif di Kota Semarang, aspek kelembagaan menjadi aspek yang paling penting diantara dua aspek lainnya yaitu infrastruktur dan kebijakan. Aspek kelembagaan dianggap penting sebanyak 70,9%, sangat tinggi dibanding dua yang lain yaitu infrastruktur yang memiliki nilai sebanyak 21,2% dan yang paling rendah adalah 7,9% yaitu aspek kebijakan.



Gambar 3. Prioritas Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Setiap Kriteria

Tabel 2. Daftar bidang usaha ekonomi kreatif dan dinas terkait yang perlu mengambil peran langsung

No	Ekonomi Kreatif	Dinas Terkait	Tugas utama
1.	Aplikasi dan Game	Dinas Kominfo, Dinas Perdagangan	Mewadahi komunitas dan membentuk ruang kreatif, serta memfasilitasi expo
2.	Desain Komunikasi Visual	Dinas Kominfo	Mewadahi komunitas dan membentuk ruang kreatif, serta memfasilitasi expo
3.	Fashion	Dinas Perindustrian, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro	Mewadahi expo, memberikan support permodalan melalui Bank daerah, mempermudah perizinan
4.	Kriya	Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Dinas Perdagangan	Membentuk ruang kreatif, mewadahi expo
5.	Kuliner	Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Dinas Perdagangan	Mewadahi expo, memberikan support permodalan melalui bank daerah
6.	Televisi dan Radio	Dinas Kominfo	Memberikan dukungan kebijakan
7.	Fotografi	Dinas Kominfo	Membentuk ruang kreatif
8.	Animasi, film dan video	Dinas Kominfo	Membentuk ruang kreatif dan kebijakan pendukung serta dukungan komunitas

Sumber: Data diolah

Aspek kelembagaan di sini adalah upaya pembentukan komunitas kreatif untuk masing-masing sub bidang ekonomi kreatif di Kota Semarang. Aspek ini menjadi pilihan penting yang harus di kembangkan di Kota Semarang

karena menurut pelaku ekonomi kreatif, mereka lebih mampu untuk mengembangkan usaha mereka dan mengembangkan kreatifitas mereka saat mereka berkumpul dengan rekan satu bidang kreatifitas. Mereka dapat bertukar pikiran dan dapat mengembangkan hal baru bersama yang dapat diterapkan dalam usaha mereka masing-masing. Upaya tersebut dianggap dapat menaikkan nilai dari ekonomi kreatif tersebut maka secara tidak langsung ekonomi kreatif dapat lebih maju.

Dari beberapa kebutuhan yang telah dijabarkan oleh pelaku ekonomi kreatif serta program kerja yang telah dilakukan oleh pemerintah. Maka dapat dikaji tentang sektor apa saja yang dapat dikembangkan dan dinas yang menangani secara langsung. Tabel di bawah menggambarkan sub bidang ekonomi kreatif yang berkembang dan dinas terkait yang perlu mengambil peran langsung per sektor nya.

Berdasarkan data pada Tabel 2 di atas diketahui bahwa beberapa dinas yang memiliki peran sentral antara lain Dinas Kominfo dan Dinas Koperasi dan UMKM. Selain itu, Dinas Perindustrian dan Perdagangan juga perlu mengambil peran terutama pada usaha yang berfokus pada fashion dan aplikasi serta game. Akan tetapi, mengingat selama ini belum ada peraturan pemerintah (Perda, Perwali) yang mengatur dan memberikan dukungan langsung pada sektor ekonomi kreatif di kota Semarang. Maka dalam hal ini Bappeda dan Sekretariat Daerah memang perlu untuk menjalankan fungsi perencanaan dalam rangka mempersiapkan dokumen dan kajian pengembangan ekonomi kreatif di kota Semarang. Dewan Perwakilan Rakyat juga perlu mendorong pemerintah kota dalam fungsi legislasinya untuk menghasilkan perangkat aturan dan program yang berbasis aspirasi guna

pengembangan ekonomi kreatif di kota Semarang.

Akan tetapi, tugas pengembangan ekonomi kreatif sejatinya lintas sektoral. Meskipun terdapat beberapa dinas yang bertugas langsung. Ada pula dinas yang mengambil peran tidak langsung. Diantaranya adalah Dinas Pendidikan untuk mempersiapkan kurikulum pendidikan terapan dan fungsi pemasaran. Dinas Tenaga Kerja dalam rangka turut mempersiapkan tenaga kerja dan memberikan dukungan pelatihan. Dinas Tata Ruang dan Pekerjaan Umum dalam upayanya untuk menata lokasi dan zonasi. Bappeda membantu fungsi perencanaan dan prioritas pengembangan.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa terdapat beberapa sektor ekonomi kreatif yang berkembang di kota Semarang. Tiga sektor yang masuk klasifikasi unggulan adalah kuliner, fashion dan kriya. Adapun sektor yang potensial adalah Fotografi, Videografi, TV dan Radio, Advertising, arsitek, Musik, aplikasi dan game. Sedangkan sektor Seni pertunjukan, desain produk, desain interior masih belum berkembang.

Adapun kebutuhan yang dipandang mendesak dari pelaku usaha ekonomi kreatif adalah bantuan untuk merintis dan memulai usaha, Pembentukan komunitas resmi dari pemerintah, Kemudahan dalam mengurus surat izin, Ruang bebas dan kebebasan berkarya, Dukungan moral terutama rangkulan dari pemerintah. Selain itu, pemerintah dirasakan perlu untuk menyusun program kerja yang langsung dapat digunakan untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif utamanya pada sektor-sektor yang unggulan.

Dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif. Aspek kelembagaan dianggap penting sebanyak 70,9%,

selanjutnya aspek infrastruktur yang memiliki nilai sebanyak 21,2% kemudian aspek kebijakan yaitu 7,9%.

Rekomendasi

Adapun dari hasil penelitian ini diharapkan akan ada kajian lanjutan yang lebih berfokus pada upaya penyiapan sektor unggulan dalam rangka percepatan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang. Kajian tersebut harapannya akan menjadi dokumen yang dapat dijadikan acuan untuk langsung menyusun program kerja serta rancangan evaluasi program tersebut.

Pemerintah dipandang perlu untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai salah satu pilar ekonomi di Kota Semarang selain sektor perdagangan, industri dan jasa. Oleh karena itu, rasanya perlu dukungan peraturan daerah dalam upaya untuk menumbuhkan iklim ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A.D dan Susilowati, D. 2017. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi X J(X)*: 120 – 142.
- Budidayanto, La Sina dan Arifudin, N. 2014. Tinjauan Yuridis terhadap Efektivitas Pemberlakuan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) kepada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Samarinda. *Jurnal Beraja Niti* 3 (8): 1-21.
- Fitriana, A. N., Noor, I., dan Hayat, A. Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2 (2): 281-286.
- Istifadah, N dan Tjaraka, H. 2017. Kreativitas dan Inovasi pada Industri Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing dan

Kesinambungan Pertumbuhan
Ekonomi. *Proceeding* : Conference
on Management and Behavioral
Studies Universitas Tarumanagara
ISSN NO: 2541-3406 e-ISSN NO:
2541-285X: 89-99.

Rahmanto, B.T., Nurjanah, S, dan
Darmo, I.S. 2018. Peran
Komunitas Dalam Meningkatkan
Kinerja Ukm (Ditinjau Dari Faktor
Internal). *Jurnal Riset Manajemen
dan Bisnis (JRMB)* Fakultas
Ekonomi UNIAT 3 (1): 18: 1 - 10

Romarina, A. 2016. Economic Resilience
pada Industri Kreatif Guna
Menghadapi Globalisasi dalam
Rangka Ketahanan Nasional. *Jurnal
Ilmu Sosial* 15(1) : 35-52.