

BAB V

PEMBAHASAN

Dalam sub bab ini, akan disajikan beberapa uraian tentang pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada uraian pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Data yang didapat dari hasil pengamatan dalam wawancara mendalam serta dokumentasi sebagaimana yang telah peneliti deskripsikan.

Setelah melakukan wawancara dan observasi mengenai Peran Pemerintah Daerah untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Tulungagung. Maka dapat diketahui bahwa peran Pemerintah Daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sangat memberikan bentuk nyata untuk meningkatkan ekonomi kreatif pada pelaku kreatif di Tulungagung.

Setelah mengetahui Peran Pemerintah Daerah dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Tulungagung maka akan diperoleh hasil pembahasan dengan membandingkan data hasil temuan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan oleh peneliti dengan poin-poin sebagai berikut:

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan salah satu Instansi Pemerintah Daerah yang ada di Kabupaten Tulungagung. Berlokasi di GOR Lembu Peteng Jalan Soekarno Hatta Nomor 1 Kutoanyar Kecamatan

Tulungagung Kabupaten Tulungagung dengan kodepos 66215. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata termasuk badan yang terbentuk sesuai dengan Peraturan Bupati (Perbup) Nomor 68 Tahun 2019 yang berisikan tentang tugas, fungsi, tata kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai salah satu instansi yang menjembatani untuk memberikan peran mengayomi masyarakat guna untuk mensejahterakan masyarakat terutama pelaku kreatif.

A. Peran Pemerintah Daerah Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Tulungagung

Peran Pemerintah Daerah disini dalam pengembangan Ekonomi Kreatif yaitu memberikan fasilitas pengembangan dan pemanfaatan kreatifitas dan inovasi dari masyarakat sebagai pelaku IKM dalam pembangunan Industri. Pengembangan dan Pemanfaatan tersebut dilakukan melalui memberdayakan budaya industri dan kearifan lokal yang tumbuh pada masyarakat. Hal tersebut tertuang pada Undang-Undang Perindustrian Nomor 3 tahun 2014 pasal 43 ayat 3, pemerintah daerah berperan sebagai:

1. Penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat dalam beraktivitas dan berinovasi.
2. Pengembangan sentra ekonomi industri kreatif
3. Memberikan Pelatihan teknologi dan desain
4. Konsultasi, bimbingan, advokasi dan fasilitas perlindungan hak kekayaan intelektual khususnya bagi industri kecil

5. Fasilitas Promosi dan pemasaran produk industri kreatif didalam maupun luar negeri.⁸⁸

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Tulungagung, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan aksinya dalam bentuk nyata dengan memberikan aksi berupa promosi dan meningkatkan sumber daya manusia itu sendiri. Adanya kegiatan promosi yang dilakukan pemerintah bisa dijadikan sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan ke khalayak umum yang bertujuan untuk menarik calon konsumen untuk mengkonsumsinya.⁸⁹

Selain itu Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Tulungagung juga memberikan pelatihan kepada para pelaku kreatif untuk meningkatkan ekonomi kreatif itu sendiri. Peran yang dilakukan pemerintah selaku fasilitator yaitu memberikan perannya berupa pelatihan, dan memberikan pembinaan berupa *study* tiru dan *workshop* kepada para pelaku ekonomi kreatif.⁹⁰

⁸⁸Umu Khourah, Fatima Abdullah, Krisnawuri handayani, *Keunggulan Bersaing Berkelanjutan UKM Ekonomi Kreatif*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hal.96-97

⁸⁹ Wawancara bersama Bapak Agung, pada tanggal 6 Maret 2019

⁹⁰ Wawancara bersama Bapak Agung, pada Tanggal 6 Maret 2020

Ada 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif antara lain:⁹¹

1. Kreativitas (*Creativity*)

Diartikan sebagai suatu kapasitas atau suatu hal yang berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menghasilkan atau menciptakan suatu yang unik, fresh, dan dapat diterima oleh khalayak umum.

2. Inovasi (*Innovation*)

Suatu yang berhubungan dari ide atau gagasan yang berdasarkan dari kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan memiliki manfaat.

3. Penemuan (*Invention*)

Penemuan yang dimaksud lebih menekankan pada suatu cara menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menjelaskan bahwa untuk meningkatkan ekonomi kreatif faktor penentu atau faktor utamanya adalah Sumber Daya Manusia. Hal tersebut memang diyakini sebagai faktor pendukung dikarenakan dasar dari kreatifitas adalah sumber daya manusia itu sendiri. Dikarenakan untuk menghasilkan suatu ide, ketrampilan dan kreatif itu dapat bersumber dari manusianya. Lalu

⁹¹ Rochmat aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesi....*, hal.9-10

faktor lainnya seperti teknologi itu menyusul, walaupun saat ini dampak dari adanya teknologi sangatlah besar dan bisa mempengaruhi dalam peningkatan ekonomi kreatif namun apabila dari sisi sumber daya manusianya itu rendah maka tidak akan bisa berjalan dengan beriringan.⁹²

Adapun beberapa Produk atau jasa sebagai Ruang lingkup sektor atau subsektor pengembangan ekonomi kreatif yaitu:⁹³

1. Kriya

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya.

2. Industri Periklanan

Yaitu suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu.

3. Industri Arsitektur

Arsitektur juga berperan dalam merancang dasar pembangunan sebuah kota dan desain bangunan.

4. Industri Fotografer

Mengingat kebutuhan akan mengabadikan suatu momen menjadikan fotografi cukup pesat berkembang dan banyaknya

⁹²Wawancara bersama Bapak Agung, pada tanggal 6 Maret 2020

⁹³Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif :Pilar Pembangunan Indonesia...*, hal.18-19

antusias anak muda untuk terjun dibidang ini memberikan apresiasi yang positif terhadap dunia fotografi saat ini.

5. Seni rupa

Seni rupa Indonesia sudah memiliki jaringan yang sangat baik dalam maupun luar negeri. Dengan hal tersebut menjadikan Indonesia menjadi pusat perhatian dunia.

6. Desain Produk

Merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat.

7. Industri *Fashion*

Munculnya generasi muda kreatif yang antusia dengan industri fashion mampu merespon baik pasar lokal maupun internasional. Masyarakat sebagai pasar pun juga cerdas dan berselera tinggi dalam memilih fashion.

8. Industri Perfilman

Saat ini Industri film terdapat banyak rumah produksi mulai berlomba-lomba menggenjotkan produktivitasnya menggarap fil yang berkualitas mulai dari segi cerita sampai mengguntungkan secara komersial.

9. Industri Kuliner

Kuliner memiliki potensi yang besar dan kuat untuk bisa berkembang. Untuk itu pemerintah akan mendukung subsektor ini agar lebih maju kedepannya.

10. Industri Musik

Musik merupakan bisnis pertunjukan yang sangat menjanjikan. Besarnya minat para musisi muda untuk bisa terjun kedalam industri musik sangatlah besar.

11. Industri Seni Pertunjukan

Indonesia terkenal dengan banyaknya macam keanekaragaman seni dan tradisi pertunjukan seperti tari, wayang, teater, dan lain sebagainya.

12. Industri Penerbitan atau Pencetakan

Yaitu kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid.

13. Industri Televisi dan Radio

Televisi dan radio masih mempunyai peran dalam penyebaran informasi yang sangat besar.

14. Industri Riset dan Pengembangan

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

15. Desain Komunikasi Visual

Merupakan salah satu subsektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis pengusaha, pemilik merk, bahkan kelacaran program-program pemerintah.

16. Desain Interior

Saat ini masyarakat memang lagi meapresiasi keindahan ruangan agar lebih baik. Menggunakan jasa desain interior untuk hotel, rumah, perkantoran semakin meningkat.

Dengan adanya ke 16 subsektor yang ada di Kabupaten Tulungagung sendiri saat ini terdapat 12 subsektor yaitu kriya, fashion, seni rupa, seni pertunjukan, kuliner, arsitek, televisi, editing video, desain interior, desain produk, fotografi dan musik. Lalu ada 7 subsektor yang sudah mendapatkan binaan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu seni pertunjukan, kriya, fashion, kuliner, musik, fotografi, dan seni rupa. Dan ada 4 subsektor yang paling berkembang yaitu seni pertunjukan, kriya, kuliner, dan fashion.

B. Faktor-Faktor yang Mendukung Peningkatan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Tulungagung

Industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang pesat karena dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

1. Kreativitas

Dalam dunia industri kreatif tentu harus memiliki kreatifitas atau kreasi yang tinggi. Kreasi yang tinggi butuh inovasi dan kerja keras

karena pelaku industri kreatif kebanyakan adalah anak muda. Sehingga kreativitas, daya inovasi, dan potensi mereka tanpa batas. Sehingga hal ini dapat mendorong perkembangan industri kreatif di Indonesia.

2. Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi sangat mempengaruhi industri kreatif tanah air. Kemajuan teknologi bisa bersumber dari para pelaku industri kreatif baik industri kecil maupun industri besar. Seperti yang kita ketahui bahwa kecanggihan teknologi sudah menjadi pendukung bagi pelaku industri skala besar. Hal ini pun dapat berkembang di industri kecil dan menengah (IKM).

3. Media

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa saat ini peran media termasuk media sosial sangat memberikan potensi dan kontribusi yang besar bagi pelaku bisnis pada industri kreatif. Pelaku industri kreatif juga bisa menawarkan barang untuk dijual melalui media sosial dan media elektronik. Sehingga dengan hal ini dapat membantu dalam perkembangan industri kreatif kedepan.

4. Pengembangan IKM

Dalam mengembangkan industri kreatif maka tidak terlepas dari pengembangan industri pengelolaan, khususnya industri skala kecil dan Menengah (IKM). Biasanya industri kreatif sebagian besar masih bersifat skala kecil dan menengah. Industri diluar industri

kreatif cenderung padat modal dan skala besar karena terkait dengan skala ekonomi (*economic scale*).⁹⁴

Untuk meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Tulungagung faktor penentu atau faktor utamanya adalah Sumber Daya Manusia. Hal tersebut memang diyakini sebagai faktor pendukung dikarenakan dasar dari kreatifitas adalah sumber daya manusia itu sendiri. Dikarenakan untuk menghasilkan suatu ide, ketrampilan dan kreatif itu dapat bersumber dari manusianya. Lalu faktor lainnya seperti teknologi itu menyusul, walaupun saat ini dampak dari adanya teknologi sangatlah besar dan bisa mempengaruhi dalam peningkatan ekonomi kreatif namun apabila dari sisi sumber daya manusianya itu rendah maka tidak akan bisa berjalan dengan beriringan.

C. Hasil Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Tulungagung

Pada promosi terdapat program diadakannya promosi tersebut dimana promosi dapat dikur tingkat efektivitasnya dengan cara mengaitkan dengan tujuan penyusunan program promosi tersebut. Tujuan diadakannya promosi adalah:

1. *Brand Awareness*, yaitu memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada *target market*.
2. *Category Need*, yaitu menimbulkan persepsi pembeli terhadap suatu kebutuhan.

⁹⁴Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia...*, hal.63-64

3. *Brand Purchase intention*, yaitu mendorong konsumen dalam melakukan pemilihan terhadap suatu produk.
4. *Purchase Fasilitation*, yaitu upaya memberi dukungan atau memfasilitasi konsumen dalam proses melakukan pembelian.⁹⁵

Dengan adanya promosi yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan ekonomi kreatif pemerintah melakukan promosi sehingga produk dari karya pelaku ekonomi kreatif ini akhirnya bisa dikenal, diminati dan dikonsumsi baik dari dalam daerah maupun luar daerah Tulungagung.

Kemasan adalah wadah atau pembungkus bagi produk pangan, kemasan mempunyai peranan penting dalam upaya mempertahankan mutu dan keamanan pangan serta meningkatkan daya tarik produk. Agar bahan pangan yang akan dikonsumsi bisa sampai kepada yang membutuhkannya dengan baik dan menarik maka diperlukan pengemasan yang tepat.⁹⁶

Peran Pemerintah Daerah memberikan pelatihan berupa *packaging* untuk pelaku kreatif. Dari adanya pelatihan *packaging* para pelaku ekonomi kreatif mampu mengemas produk/hasil karya mereka dengan baik sehingga dapat menarik minat konsumen. Sementara diadakannya

⁹⁵ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication...*, hal.151.

⁹⁶ Sudjadi Tjipto Rahardjo, *Desain Grafis Kemasan UMKM*, (Sleman: Deepublish, 2019), hal.1

pelatihan rajut dimana tujuan tersebut agar menambah wawasan sehingga pelaku kreatif tidak hanya monoton bisa memberikan produk ini saja tapi lainnya juga bisa.⁹⁷

⁹⁷ Hasil wawancara bersama Bapak Naryo, pada tanggal 16 Maret 2020

