



---

## PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI PROVINSI BANTEN

---

### ABSTRAK

*Ekonomi kreatif merupakan salah satu konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas serta Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi yang paling utama. Produk yang dihasilkan dari ekonomi kreatif adalah produk yang memiliki ciri khas, unik, serta berbeda dari yang lain. Produk yang dihasilkan dari ekonomi kreatif bisa juga berupa sebuah pengembangan dari produk yang sudah pernah ada sebelumnya. Pengembangan industri kreatif dianggap menjadi salah satu upaya yang potensial untuk mendorong perekonomian di Provinsi Banten. Salah satunya dilakukan melalui pengembangan di sektor pariwisata dan pertanian. Saat ini ada ketimpangan perekonomian di wilayah Banten bagian utara dan selatan. Namun, masing-masing wilayah memiliki sektor yang bisa ditingkatkan. Wilayah Banten selatan memiliki sektor yang menonjol yakni pertanian. Selain meningkatkan hasil pertanian, juga perlu meningkatkan pengolahan komoditas. Di Banten selatan terdapat tiga komoditas utama yakni padi, jagung dan kelapa pendek.*

*Pertumbuhan ekonomi Provinsi Banten pada tahun 2016 mencapai 5,26 persen, lebih lambat dibandingkan pertumbuhan ekonomi di tahun 2015 (5,40%) dan tahun 2014 (5,51%). Pada tahun 2016, wilayah dengan PDRB tertinggi yaitu Kota Tangerang sebesar 136,08 triliun rupiah, sedangkan kabupaten Pandeglang merupakan wilayah dengan PDRB terendah yaitu sebesar 22,17 triliun rupiah. Alasan mengapa ekonomi kreatif perlu dikembangkan secara umum di Indonesia dan khususnya di Provinsi Banten karena dapat Memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, Menciptakan iklim bisnis yang positif, Membangun citra dan identitas bangsa Berbasis kepada sumberdaya yang terbarukan, Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta Memberikan dampak sosial yang positif.*

## 1. PENDAHULUAN

Istilah “Ekonomi Kreatif” mulai dikenal secara global sejak munculnya buku “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas” (2001) oleh John Howkins. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Kekayaan Intelektual (KI) senilai 414 Miliar Dollar yang menjadikan KI ekspor nomor 1 Amerika Serikat. Howkins dengan ringkas mendefinisikan Ekonomi Kreatif, yaitu: “The creation of value as a result of idea”. Dalam sebuah wawancara oleh Donna Ghelfi dari World Intellectual Property Organization (WIPO) di tahun 2005, John Howkins secara sederhana menjelaskan Ekonomi Kreatif yang disarikan sebagai berikut: “Kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.” Studi Ekonomi Kreatif terbaru yang dilakukan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) pada tahun 2010 mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai: “An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.” Dengan penjabaran lebih lanjut sebagai berikut:

1. Mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan pekerjaan, dan pendapatan ekspor sekaligus mempromosikan kepedulian sosial, keragaman budaya, dan pengembangan manusia.
2. Menyertakan aspek sosial, budaya, dan ekonomi dalam pengembangan teknologi, Kekayaan Intelektual, dan pariwisata.
3. Kumpulan aktivitas ekonomi berbasiskan pengetahuan dengan dimensi pengembangan dan keterhubungan lintas sektoral pada level ekonomi mikro dan makro secara keseluruhan.

Definisi Industri Kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2015 (2008) adalah: "Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut." Dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Kreatif dalam hubungannya dengan Industri Kreatif adalah kegiatan ekonomi yang mencakup industri dengan kreativitas sumber daya manusia sebagai aset utama untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Perekonomian Indonesia khususnya serta perekonomian global pada umumnya, menetapkan suatu portal bahwa kontribusi tersebut dianggap sukses atau gagal.

Menurut John Howkins dalam bukunya yang berjudul *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Ia mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide. Menghasilkan ide baru yang inovatif adalah salah satu hal yang harus dilakukan untuk kemajuan. Di Indonesia sendiri, ekonomi kreatif sudah populer di tahun 2015. Dimulai dengan adanya pembentukan Indonesian Design Power oleh Departemen Perdagangan atas instruksi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Tujuannya untuk menciptakan kekuatan desain dan merek. Kemudian di tahun 2007 diselenggarakannya pameran khusus produk budaya Indonesia.

Sistem ekonomi di Indonesia adalah Sistem Ekonomi Pancasila yang lahir dalam jantung bangsa yakni Pancasila dan UUD-45 beserta tafsirannya. Karena itu, sistem ekonomi Pancasila bersumber langsung dari Pancasila khususnya sila kelima, yaitu : Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia dan amanat Pasal 27 ayat (2), Pasal 33-34 UUD-45 (Amandemen ke 4). Sila kelima ini menjelaskan bahwa semua

orientasi berbangsa dan bernegara, politik ekonomi, hukum, sosial dan budaya, adalah dijiwai semangat keadilan menyeluruh dan diperuntukkan bagi seluruh rakyat Indonesia. Dengan demikian, keberadaan sistem Ekonomi Pancasila sudah ada dengan Pancasila sebagai landasan idiilnya dan UUD1945 sebagai landasan konstitusionalnya. Dalam pembangunan hukum nasional dibutuhkan kesamaan pemahaman terhadap tujuan yang ingin dicapai, sehingga pembangunan hukum yang dilakukan oleh berbagai pihak dapat bersinergi mencapai tujuan yang disepakati secara nasional. Selanjutnya, pembinaan hukum nasional diarahkan untuk mencapai tujuan terbentuk dan berfungsinya sistem hukum nasional,<sup>13</sup> demikian pula yang terdapat dalam pengaturan hukum ekonomi khususnya yang berkaitan dengan pengaturan semua kegiatan perekonomian di Indonesia.

Ekonomi kreatif mempunyai banyak manfaat tersendiri. Namun, dalam proses penerapannya masih terbentur oleh beberapa kendala. Salah satunya adalah akses pada bahan baku dan pemanfaatan teknologi. Selain itu, ada persoalan permodalan bagi pelaku usaha, perlindungan terhadap hasil cipta industri kreatif, dan dukungan ketersediaan ruang publik yang masih kurang. Agar sistem ekonomi kreatif dapat diterapkan dengan optimal. Maka di butuhkan juga peran aktif pemerintah dan masyarakat. Misalnya dengan mengoptimalkan perlindungan kekayaan intelektual agar perkembangan industri kreatif dapat berkembang dengan cepat dan luas di Indonesia. Mengingat Indonesia negara yang kaya akan suku dan budaya serta pasar yang besar dan strategis pastinya mempunyai prospek yang tinggi dengan menerapkan ekonomi kreatif.

Provinsi Banten secara umum merupakan dataran rendah dengan ketinggian 0 – 200 meter di atas permukaan laut, serta memiliki beberapa gunung dengan ketinggian mencapai 2.000 meter di atas permukaan laut. Sejak berdirinya, Provinsi Banten telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam bidang pemerintahan, dimana pada awalnya terdiri dari 6 (enam) kabupaten/kota dan pada saat ini terdiri dari 8 (delapan) kabupaten/kota yang terbagi menjadi 155 kecamatan dan 1.551 desa/ kelurahan. Penduduk Banten berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2016 sebanyak 12.203.148 jiwa yang terdiri atas 6.221.640 jiwa penduduk laki-laki dan 5.981.508 jiwa penduduk perempuan. Dibandingkan dengan jumlah penduduk tahun 2015, penduduk Banten mengalami pertumbuhan sebesar 2,07 persen. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2016 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 104,01.

Bahwa salah satu indikator ekonomi kreatif berbasis PDB. Pada tahun 2016, PDRB Provinsi Banten atas dasar harga berlaku sebesar 516,33 triliun rupiah. Tiga sektor utama penyumbang PDRB Provinsi Banten terbesar adalah sektor Industri Pengolahan sebesar 168,39 triliun rupiah (32,61%), disusul sektor Perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 61,64 triliun rupiah (11,94%) dan sektor Transportasi dan Pergudangan sebesar 55,34 triliun rupiah (10,72%). Pertumbuhan ekonomi Provinsi Banten pada tahun 2016 mencapai 5,26 persen, lebih lambat dibandingkan pertumbuhan ekonomi di tahun 2015 (5,40%) dan tahun 2014 (5,51%). Pada tahun 2016, wilayah dengan PDRB tertinggi yaitu Kota Tangerang sebesar 136,08 triliun rupiah, sedangkan kabupaten Pandeglang merupakan wilayah dengan PDRB terendah yaitu sebesar 22,17 triliun rupiah.

Oleh karena itu disusunlah kajian tentang Ekonomi Kreatif di Provinsi Banten yang berisi analisis secara empiris, normatif, yuridis dan sosial serta diharapkan menjadi bahan untuk menyusun Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Banten. Dengan adanya Peraturan daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Banten diharapkan penduduk sebagai titik sentral pembangunan yang berada dalam suatu Ekonomi Kreatif menjadi individu yang tahan secara legal, fisik, ekonomi, sosial, psikis dan budaya.

## **2. PEMBAHASAN**

Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi (Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif, 2016). Kreatifitas adalah kapasitas atau daya upaya untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik dan baru serta menciptakan solusi dari suatu masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda; Ekonomi Kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis kreativitas; Usaha Ekonomi Kreatif adalah entitas usaha baik yang berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum yang mentransformasikan dan memanfaatkan kreatifitas untuk menghasilkan barang dan jasa serta yang diakui memiliki kekayaan intelektual baik terdaftar maupun melekat (Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019).

Berdasarkan data Survey Khusus Ekonomi Kreatif (SKEK) tahun 2016 disebutkan bahwa pada tahun 2014 terdapat sebanyak 15.167.573 adalah penduduk yang bekerja di sektor ekonomi kreatif dari jumlah 114.628.026 penduduk Indonesia yang bekerja.

Hal tersebut menunjukkan bahwa daya industri ekonomi kreatif dalam menampung tenaga kerja cukup tinggi sehingga dapat menekan tingkat pengangguran dan kemiskinan.

Dalam konteks profesionalisasi kebijakan budaya (Cultural Policy Professionalisation), terdapat empat poin utama yang menjadi konsep dalam melihat bagaimana penerapan kebijakan bagi pengembangan industri kreatif (Hartley, 2005) yaitu:

a. Sosialisasi reguler mengenai kebijakan budaya kepada masyarakat. Secara sederhana, konsep ini menjelaskan tentang bagaimana membangun komunikasi yang efektif dan transparansi informasi terkait kebijakan, aturan main, dan job description masing-masing sektor. Komunikasi ini lebih kepada pembangunan jaringan (networking) dan kemitraan (partnership) antara pemerintah sebagai pemangku kebijakan, swasta (pebisnis) dan kreator.

b. Sektoralisasi.

Untuk memajukan dan memberdayakan industri kreatif, sebagai apapun konsepnya jika penataan dan manajerial sumber daya alam dan sumber daya manusianya belum rapi, maka konsep tersebut tidak akan terlaksana dengan optimal. Secara konkret, sektoralisasi disini lebih kepada menampilkan industri kreatif ini secara lebih individual. Artinya pemasaran industri kreatif tidak mengadopsi konsep mall, tetapi menggunakan konsep kios-kios yang berdiri sendiri.

c. Fokus pada Produk Unggulan

Memenangkan sebuah kompetisi dalam konsep city branding, sebuah kota harus memiliki ciri khas dan keunggulan yang tidak dimiliki oleh kota/wilayah lainnya. Dengan keunggulan tersebut, sebuah kota dapat melakukan branding dengan menjual keunggulan dan keistimewaannya menjadi sebuah daya tarik.

d. Pendekatan Budaya.

Belajar dari beberapa kota yang berhasil dalam program city branding-nya, kota-kota tersebut memulai penerapan kebijakan dan program dengan pendekatan budaya lokal. Pendekatan dengan menggunakan budaya lokal diharapkan konsep/kebijakan dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat kota tersebut. Pada akhirnya, partisipasi dan dukungan juga dapat diperoleh dari semua pihak. Lebih jauh lagi, pendekatan budaya dimaksudkan agar masyarakat kota tersebut dapat ikut memiliki budaya lokal mereka dan tidak mudah terombang-ambing oleh budaya luar (asing).

Sebagai wilayah dengan struktur ekonomi yang didominasi oleh lapangan usaha industri pengolahan berorientasi ekspor, perekonomian Banten sangat rentan terpengaruh oleh kondisi ekonomi global. Kondisi ekonomi global sendiri sampai Semester I-2017 ini terus memasuki tahap perbaikan. Seiring dengan itu, permintaan luar negeri terhadap produk barang dan jasa Banten pun mengalami penguatan, yang ditandai oleh meningkatnya ekspor. Hanya saja, impor pada periode yang sama naik lebih besar lagi. Sementara itu naiknya surplus neraca perdagangan luar negeri Provinsi Banten selama tahun 2016, lebih disebabkan oleh meningkatnya ekspor, yang dibarengi dengan turunnya impor dari negara-negara mitra Free Trade Area (FTA). Dalam hal ini, terutama adalah Jepang, Korea Selatan dan ASEAN, serta China dan India. Sebaliknya, untuk negara-negara Non FTA, naiknya impor pada saat ekspor turun, justru menjadi penghambat dari semakin besarnya surplus neraca perdagangan luar negeri Provinsi Banten (BPS Provinsi Banten, 2017). Pada periode Tahun 2014 sampai 2016, terjadi penurunan Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Provinsi Banten.

Perlambatan pertumbuhan ekonomi Banten tahun 2016 itu, secara spasial disebabkan oleh melambatnya pertumbuhan ekonomi pada hampir semua kabupaten/kota yang ada. Dalam hal ini, terutama adalah perlambatan pertumbuhan ekonomi yang terjadi pada Kota Tangerang dan Kabupaten Tangerang. Kondisi yang demikian dapat terjadi karena share keduanya dalam perekonomian Banten sangat dominan, yakni mencapai 47,32 persen.

### 3. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan dalam di atas maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah Provinsi Banten dalam rangka mengembangkan ekonomi kreatif salah satunya adalah akses pada bahan baku dan pemanfaatan teknologi. Selain itu, ada persoalan permodalan bagi pelaku usaha, perlindungan terhadap kekayaan intelektual industri kreatif, dan dukungan ketersediaan ruang publik yang masih kurang. Agar sistem ekonomi kreatif dapat diterapkan dengan optimal. Maka di butuhkan juga peran aktif pemerintah dan masyarakat.

Misalnya dengan mengoptimalkan perlindungan kekayaan intelektual agar perkembangan industri kreatif dapat berkembang dengan cepat dan luas di Indonesia.

- b. Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan ekonomi kreatif diperlukan dikarenakan ekonomi kreatif sebagai salah satu kegiatan ekonomi memiliki arti penting dan kedudukan yang strategis dalam menopang ketahanan ekonomi masyarakat, memajukan pembangunan, mewujudkan pertumbuhan ekonomi dan sebagai wahana penciptaan lapangan kerja. Adanya potensi Ekonomi Kreatif yang ada di Provinsi Banten pun belum dikembangkan secara optimal sehingga belum memberikan

manfaat bagi kesejahteraan masyarakat di Provinsi Banten. Di Provinsi Banten, Sektor Usaha Kreatif perlu didukung melalui upaya pengembangan Ekonomi Kreatif dan pemberdayaan Usaha Kreatif untuk meningkatkan kemampuan di bidang manajemen, permodalan, teknologi, jiwa kreatif dan kemampuan berkompetisi.

- c. Pertimbangan pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan ekonomi kreatif meliputi : Pertama, landasan filosofis adalah landasan filsafat atau pandangan yang menjadi dasar cita-cita sewaktu menuangkan suatu masalah ke dalam peraturan perundang-undangan., Kedua, Landasan yuridis mengenai tinjauan terhadap peraturan perundang-undangan yang ada kaitannya dengan judul Naskah Akademik atas Rancangan Peraturan Daerah Pengembangan Ekonomi Kreatif Provinsi Banten yang meliputi Peraturan Perundang-Undangan yang telah ada dan masih berlaku (hukum positif) dan Ketiga, Landasan sosiologis naskah akademik disusun dengan mengkaji realitas masyarakat yang meliputi kebutuhan hukum masyarakat, aspek sosial ekonomi dan nilai-nilai yang hidup dan berkembang (rasa keadilan masyarakat).
- d. Sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan, dan arah pengaturan dari Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan ekonomi kreatif adalah memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif di sepanjang rantai nilai yang dimulai dari tahap kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, hingga konservasi.