

# SEMNASIA

## (Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0  
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

### STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN PANDEGLANG:

#### POTENSI DAN TANTANGAN

Agus Rokhman <sup>a</sup>, Agus Lukman Hakim <sup>b</sup>, Trisna Sonjaya <sup>c</sup>

<sup>a,b,c</sup> Pascasarjana STIA Banten

e-mail : <sup>a</sup>[agoes.rokhman76@gmail.com](mailto:agoes.rokhman76@gmail.com) , <sup>b</sup>[aguslukmanhakim@stiabanten.ac.id](mailto:aguslukmanhakim@stiabanten.ac.id), <sup>c</sup>[sonjayatri9@gmail.com](mailto:sonjayatri9@gmail.com)

Program Pascasarjana Magister Administrasi Bisnis STIA Banten 2024

#### Abstrak

Pengembangan ekonomi kreatif telah menjadi fokus utama bagi banyak wilayah di seluruh dunia, termasuk Kabupaten Pandeglang. Kabupaten ini kaya akan sumber daya alam, budaya, dan manusia yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam ranah ekonomi kreatif. Namun, untuk mencapai potensi penuhnya, diperlukan strategi yang tepat yang memperhitungkan konteks lokal, sumber daya yang tersedia, dan tantangan yang dihadapi.

Kata kunci : Ekonomi Kreatif, Kabupaten Pandeglang, Potensi Ekonomi, Tantangan Pembangunan, Infrastruktur

#### Abstract

*The development of the creative economy has become a primary focus for many regions worldwide, including Pandeglang Regency. This region is rich in natural resources, culture, and human capital, which hold significant potential for development in the realm of the creative economy. However, to realize its full potential, appropriate strategies are needed that take into account the local context, available resources, and challenges faced.*

*Keywords : Creative Economy Development, Pandeglang Regency, Potentials Challenges, Infrastructure*

#### A. Pendahuluan

Ekonomi kreatif di Indonesia berkembang pesat dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi penyerapan tenaga kerja serta pertumbuhan ekonomi. Terdapat berbagai macam bentuk ekonomi kreatif, kategorisasinya di Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif terdapat 17 subsektor ekonomi kreatif, yaitu

:Pengembangan permainan; 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; Riset dan Pengembangan; dan Seni Rupa. Percepatan kemajuan ekonomi kreatif nasional, telah didorong dengan adanya percepatan perubahan teknologi (revolusi industri 4.0) dan pembangunan

# SEMNASIA

## (Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0  
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

infrastruktur teknologi. dukungan regulasi ekonomi kreatif yaitu Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif juga mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi kreatif nasional dan mengarahkannya pada arah yang tepat sesuai dengan arah pembangunan dan Peraturan Pemerintah nomor 24 tahun 2022 tentang ekonomi kreatif yang mengamanatkan Pemerintah Daerah dalam mendorong pengembangan ekosistem ekonomi kreatif.

Provinsi Banten sejak dahulu kala kental dengan nilai lokal, budaya, dan juga ekonomi kreatif. Kita mengenal berbagai peninggalan seni-budaya-arsitektur, seperti halnya kesenian debus, tarian cokek, kerajinan gerabah, arsitektur menara masjid banten.

Dari 17 sub sektor ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Pandeglang baru tiga subsektor yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif yaitu kuliner sebanyak 32,4 persen; fesyen 27,9 persen; dan kerajinan 14,88 persen. Sub sektor kuliner menjadi sub sektor yang mempunyai kontribusi paling besar, hal ini tentunya dipengaruhi oleh jumlah pelaku usaha di sektor kuliner yang semakin berkembang. Melihat akan hal itu, maka sektor kuliner dalam ekonomi kreatif mempunyai potensi dan peluang yang sangat menjanjikan. Sehingga sub sektor kuliner ini mempunyai potensi yang besar dalam mendorong ekonomi kreatif di Indonesia serta membantu dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

Pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang memerlukan pendampingan atau pemberdayaan agar dapat 'naik kelas' atau berkembang menjadi lebih baik dan besar. Pemberdayaan secara ekonomi penting untuk dilakukan untuk menanamkan nilai-nilai budaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan (Friedmann, 1994). Merupakan sesuatu yang tidak diharapkan apabila ekonomi tumbuh sementara dilain sisi kemiskinan meningkat, maka hal tersebut menunjukkan ketimpangan atau Gini Rasio menjadi semakin meningkat.

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Pemerintah Daerah Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Dengan penelitian difokuskan pada pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dalam rangka pemberdayaan masyarakat. Pemerintah Indonesia, melalui Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022, menetapkan 17 subsektor industri ekonomi kreatif. Untuk menjadikan penelitian ini menjadi lebih terarah maka dilakukan pembatasan cakupan dengan mengambil 3 jenis kegiatan ekonomi kreatif dominan di Kabupaten Pandeglang, diantaranya yaitu: kuliner, fashen dan kriya.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer merupakan data yang diambil langsung dari responden, yaitu pelaku ekonomi kreatif dan responden yang berasal dari instansi yang konsern terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang. Data sekunder yaitu data yang bersumber dari informasi yang berasal sumber lain seperti Jurnal ilmiah, laporan berbagai instansi terkait, Badan Pusat Statistik.

# SEMNASIA

## (Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0  
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara studi dokumentasi yang ada dari berbagai literatur dan review laporan yang terkait dengan penelitian tentang ekonomi kreatif, wawancara secara mendalam (indepth interview) dengan beberapa responden yang telah ditentukan seperti Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (Bappeda), Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Dinas Koperasi UMKM, Perindustrian dan Perdagangan; serta pelaku/ komunitas ekonomi kreatif lainnya. Pengumpulan data penelitian dilakukan secara purposive sampling (dengan cara sengaja) dimana responden yang dipilih telah ditargetkan terlebih dahulu berdasarkan peran mereka dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pandeglang

Metode Analisis Data yang digunakan pada Pemetaan Kondisi dan Potensi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan pengolahan data menggunakan model Miles dan Huberman dalam Sugianto melalui langkah (1) reduksi data, yaitu mencoba merangkum dari data hal-hal yang pokok dan penting dan terkait dengan topik penelitian, yaitu pengembangan ekonomi kreatif; (2) penyajian data, yaitu data yang ada disajikan dalam bentuk tabel dan gambar, sehingga data tersebut dapat tersusun dalam pola hubungan atau saling terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif; dan terakhir (3) conclusion drawing yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi yang harus didukung dengan data yang valid dan konsisten. Sehingga melalui penarikan kesimpulan diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Selanjutnya metode analisis data pada Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif menggunakan aplikasi kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan terkait 5 pilar

utama ekonomi kreatif di Kabupaten Serang diantaranya yaitu: Sumber Daya (*Resources*), Industri (*Industry*), Teknologi (*Technologi*), Institusi (*Institution*) dan Lembaga Keuangan (*Financial Institution*). Setiap nilai modal tersebut ditabulasi selanjutnya dimasukkan kedalam software PROMETHEE I.

PROMETHEE (*Preference Ranking Organisation MeTHod for Enrichment Evaluations*) merupakan sebuah metode *outranking multi criteria analysis* (MCA) (Macharis *et al.* 2004), termasuk didalamnya Promethee I untuk peringkat parsial dari alternatif dan Promethee II untuk peringkat lengkap dari alternatif, dikembangkan oleh Brans dan disajikan untuk pertama kalinya pada tahun 1982 di sebuah konferensi yang diselenggarakan oleh Nadeau dan Landry di Universitas Laval, Quebec, Kanada (Behzadian *et al.* 2010), selanjutnya analisis ini terus berkembang sampai pada promethee VI dan Promethee GDSS untuk *group decision making* (Macharis *et al.* 1998) tujuannya untuk pengambilan keputusan pada suatu kegiatan yang kompleks

Penduduk selaku subjek dari ekonomi kreatif pada Kabupaten Pandeglang penting untuk diketahui kondisinya. Sebab pada dasarnya ekonomi kreatif bertumpu pada sumber daya manusia itu sendiri. Jumlah penduduk di Kabupaten Pandeglang pada tahun 2022 adalah 1.307.090 jiwa. Angka ini terdiri dari penduduk laki-laki sebesar 670.356 jiwa dan perempuan sebesar 636.734 jiwa. (BPS,2023)

Tantangan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Pandeglang

# SEMNASIA

## (Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0  
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

- Keterbatasan infrastruktur yang memadai.
- Kekurangan akses modal dan dukungan finansial.
- Kurangnya keterampilan dan pengetahuan di bidang ekonomi kreatif.
- Masalah regulasi dan kebijakan yang mendukung.

### C. Pembahasan

- a. Strategi Pengembangan
  1. Infrastruktur: Mendorong investasi dalam infrastruktur fisik (mis. transportasi, teknologi informasi) dan infrastruktur sosial (pendidikan, pelatihan keterampilan).
  2. Akses Finansial: Membangun kemitraan dengan lembaga keuangan untuk menyediakan akses modal bagi pelaku ekonomi kreatif, serta mengembangkan skema dukungan keuangan yang inovatif.
  3. Pendidikan dan Pelatihan: Mengadakan program pelatihan dan pendidikan yang memperkuat keterampilan dan pengetahuan di bidang ekonomi kreatif.
  4. Kebijakan Dukungan: Merancang kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif, termasuk insentif pajak, fasilitasi perizinan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual.
  5. Promosi dan Pemasaran: Meningkatkan promosi pariwisata budaya dan produk-produk kreatif lokal melalui strategi

pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan teknologi digital.

- b. Implementasi dan Evaluasi

Langkah-langkah untuk menerapkan strategi ini, termasuk pengaturan sumber daya, tanggung jawab, dan pemantauan progres. Mekanisme evaluasi untuk mengukur efektivitas strategi dan mengidentifikasi area di mana penyesuaian diperlukan.

### D. Penutup, Rekomendasi

Ringkasan temuan utama dan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif dalam konteks pertumbuhan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan di Kabupaten Pandeglang.

Pemikiran akhir tentang peran masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta dalam menggerakkan agenda pengembangan ekonomi kreatif.

Dengan menerapkan strategi yang tepat dan mengatasi tantangan yang dihadapi, Kabupaten Pandeglang dapat memanfaatkan potensi ekonomi kreatifnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan

### Referensi

UNCTAD. (2010). Creative Economy Report 2010: Creative Economy: A Feasible Development Option. United Nations Publications.

Pratt, A. C., & Jeffcutt, P. (Eds.). (2009). Creativity, Innovation and the Cultural Economy. Routledge.

# SEMNASIA

## (Seminar Nasional Ilmu Administrasi)

Kolaborasi *Triple Helix* dalam Membentuk SDM Unggul di Era Society 5.0  
24 Februari 2024, Pascasarjana STIA Banten

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books.

Hesmondhalgh, D., & Pratt, A. C. (Eds.). (2014). *The Cultural Industries* (4th ed.). SAGE Publications.

Howkins, J. (2002). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin UK.