



PENINGKATAN KEBIJAKAN TATA KELOLA EKONOMI KREATIF DALAM RANGKA PERCEPATAN PEMBANGUNAN DI KOTA PARIAMAN

Nurul Huda^{1*}, Alvis Rozani²

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta, ²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

*Corresponding author: nurul.huda@bunghatta.ac.id, alvisrozani@bunghatta.ac.id

Abstract

This research aims to analyze the governance policy of the Government in developing and enhancing the potential of the creative sector of the economy in Pariaman city. the framework of the economic development . This Research method using Loqation Quetion (LQ) and typologies klasen. The method of sampling using random sampling with a sample of 23 economic flagship creative industry in the city of Pariaman. The results showed that the potential of the flagship products of creative economic sector have typology klasen products canevolve rapidly and great potential with $LQ > 1$, among others, fashion, culinary,craft and design. These sectors support each other so that the attachment to the development of the Government's governance should be integrated in accordance with the ability of funding or Government budget city of Pariaman.

Keywords: Governance,creative economy

Abstrak

Penelitian ini ingin melihat gambaran ekonomi dikota Pariaman dalam rangka meningkatkan peran pelakuekonomi kreatif serta bagaimana tata kelola yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan peran sektor sektor yang dapat dijdikan sektor ayang unggul dengan melihat beberapa potensi yang ada dan pendapatan yang telah dihasilkan. Penelitian ini menggunakan metode LQ (Location Question) dalam menganalisis data yang telah di kumpulan dari data yang sudah dipublikasikan oleh pemerintah kota Pariaman. Dari hasil pengolahan data ditemukan bahwa sektor yang bergerak dibidang fashion,kuliner,kerajinan tangan merupakan sektor yang perlu dikembangkan oleh pemerintah dalam meningkatkan peran pengelolaan ekonomi kreatif dikota Pariaman

Kata Kunci: ekonomi Kreatif

Informasi Artikel

Diterima : dd/mm/yyyy
Review Akhir : dd/mm/yyyy
Diterbitkan online : mm/yyyy

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pemerintah menyadari bahwa ekonomi kreatif adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit,

bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini, Presiden menginstruksikan Menteri, Kepala Lembaga Pemerintah Non Departemen, Gubernur, Bupati/Walikota agar menyusun dan melaksanakan Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Inpres tersebut menyebutkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif adalah pengembangan kegiatan ekonomi yang berdasarkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pengembangan ekonomi kreatif menekankan pada pengembangan 15 subsektor industri kreatif nasional, yakni: Periklanan; Arsitektur; Pasar seni dan barang antik; Kerajinan; Desain; Fashion; Film, video, dan fotografi; Permainan interaktif; Musik; Seni pertunjukan; Penerbitan dan percetakan; Layanan komputer dan piranti lunak; Radio dan televisi; dan Riset dan pengembangan; serta penambahan Kuliner (sesuai Renstra Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020-2022).

Letak geografis Kota Pariaman memiliki peluang cukup besar bagi pengembangan ekonomi kreatif dibanding kota/kabupaten lain di Provinsi Sumatera Barat. Letak wilayah Kota Pariaman berdekatan dengan Kota Padang sebagai Pusat Pemerintahan dan pintu keluar masuk ekspor impor. Kedekatan jarak tersebut berdampak terhadap perilaku pasar dan konsumen yang memilih barang tidak saja berdasarkan fungsi, melainkan juga pada kenyamanan, identitas dan gaya hidup. Jumlah penduduk Kota Pariaman menjadi peluang pasar dan jumlah konsumen bagi komoditi subsektor industri kreatif. Cukup banyak pelaku dan usaha subsektor industri kreatif tersebar di 4 Kecamatan se-Kota Pariaman, terutama produksi bersifat non massal yang memanjakan selera konsumen lebih secara personal.

Tujuan

Menganalisis potensi dan tipologi sektor-sektor ekonomi kreatif sebagai sektor basis penggerak ekonomi masyarakat di kota Pariaman disamping itu penelitian ini bertujuan Menganalisis sistem tata kelola pemerintah dalam mengembangkan ekonomi kreatif kota Pariaman

Manfaat

Manfaat yang didapatkan dari penelitian adalah Memberikan informasi kepada pemerintah kota Pariaman tentang sektor yang dapat ditingkatkan dalam bidang ekonomi kreatif sehingga pembangunan ekonomi lebih dapat ditingkatkan

LITERATUR REVIEW DAN HIPOTESIS

Literatur Review

Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif yang dipandang sebagai sub sektor dalam kegiatan ekonomi sebenarnya belum lama muncul. Pada dekade awal 1990-an, di Australia timbul persoalan mengenai mekanisme pendanaan yang berkaitan dengan kebijakan sektor seni dan budaya, sehingga muncullah istilah ketika itu “Creative Nation” yang dikeluarkan Australia. Tetapi istilah ini benar-benar terangkat ketika *Department of Culture, Media, and Sport* (DCMS) United Kingdom (Inggris) mendirikan *Creative Industries Task Force* pada tahun 1997. Kemudian *DCMS Creative Industries Task Force* (1998) merumuskan definisi sebagai berikut: “*Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*”. Ruang lingkup dari industri kreatif menurut DCMS meliputi, *advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software, television and radio*. Pada waktu berikutnya, banyak negara di dunia mengadopsi konsep Inggris ini, antara lain Norwegia, Selandia Baru, Singapura, Swedia dan tentu saja Indonesia tidak mau ketinggalan dengan istilahnya sendiri, Ekonomi Kreatif.

Latar belakang Inggris merumuskan kebijakan Industri Kreatif yang kebijakannya berada di bawah Departemen Kebudayaan, Media dan Olahraga hingga dewasa ini, ialah pada dekade 1980-an di Inggris aktivitas industri menyusut, akibatnya pengangguran di negara itu meningkat, dan dampaknya alokasi dana pemerintah untuk bidang seni berkurang. Maka ditemukanlah gagasan dan strategi kreatif yakni *culture as an industry*. Sebenarnya ini merupakan paradigma baru dalam melihat seni dan budaya dalam hubungannya dengan perekonomian suatu negara. Melalui konsep ini, seni dan budaya tidak lagi dilihat sebagai sektor-sektor yang selalu membutuhkan subsidi dari negara, malahan justru didesain untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan inovasi yang bernilai ekonomis. Sehingga pada masa itu, Tony Blair, PM Inggris, menyatakan, “*pop music exports were financially more significant to the country than the steel industry.*”

Indonesia sendiri dalam pembangunan sektor ekonomi kreatif tampak sangat cepat. Bila di negara maju semacam Inggris, timbulnya industri kreatif sebagai nomenklatur baru dalam kebijakan industrial mereka, hal itu tampak sebagai suatu yang alamiah dari perspektif evolusi ekonomi. Inggris, sebagai pelopor industri sekaligus lokus revolusi industri dunia, kini masuk pada tahap lanjut evolusi ekonomi, yaitu ekonomi berbasis ide dan kreasi. Bila disederhanakan, evolusi ekonomi dimulai dari tahap ekonomi berbasis pertanian, kemudian berkembang menjadi ekonomi berbasis industri, lalu ekonomi berbasis informasi, dan yang mutakhir ekonomi berbasis ide dan kreasi.

Kasus Indonesia dalam hal pembinaan Ekonomi Kreatif cukup menarik. Ekonomi Kreatif muncul dari atas (*from above*) melalui kebijakan negara. Tetapi bukan berarti kegiatan ekonomi kreatif baru muncul seiring dengan kebijakan pemerintah tersebut. Ekonomi Kreatif telah lama tumbuh dan berkembang di masyarakat, namun secara khusus mendapat perhatian dan pembinaan yang kuat dari pemerintah baru dimulai pada era pemerintahan SBY.

Pemerintahan SBY telah meninggalkan *legacy* yang baik terkait pengembangan dan pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia. Secara kronologis kebijakan ekonomi kreatif dimulai oleh pernyataan Presiden untuk meningkatkan industri kerajinan dan kreativitas bangsa, terselenggaranya Pekan Produk Budaya Indonesia 2007, yang berubah nama menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia 2009, terbitnya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, hingga Perpres Nomor 92 Tahun 2011 yang menjadi dasar hukum terbentuknya kementerian baru yang mengurus ekonomi kreatif, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Menteri-nya, Mari Elka Pangestu. Kemudian lebih lanjut terbitlah pada 2012. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012-2014. Di dalam rencana strategis itu telah tersusun dengan detail pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan Inpres Nomor 6 Tahun 2009 berbeda dengan di negara seperti Inggris, hal mana bidang penelitian dan pengembangan dimasukkan sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Di Inggris, bidang penelitian dan pengembangan tidak dimasukkan sebagai ruang lingkup Industri Kreatif, tetapi bidang konsultasi sudah dimasukkan sebagai bagian dari industri kreatif. Lebih rinci bidang-bidang apa saja yang termasuk dalam ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia adalah sebagai berikut :

- a. Periklanan (*advertising*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu, tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan delivery advertising materials or samples, serta penyewaan kolom untuk iklan;

- b. **Arsitektur:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal;
- c. **Pasar Barang Seni:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, automobile, dan film;
- d. **Kerajinan (*craft*):** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal);
- e. **Desain:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan;
- f. **Fesyen (*fashion*):** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk berikut distribusi produk fesyen;
- g. **Video, Film dan Fotografi:** kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi atau festival film;
- h. **Permainan Interaktif (*game*):** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi;
- i. **Musik:** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara;
- j. **Seni Pertunjukkan (*showbiz*):** kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukkan, tata panggung, dan tata pencahayaan;
- k. **Penerbitan dan Percetakan:** kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film;
- l. **Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*):** kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya;

- m. Televisi & Radio (*broadcasting*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi;
- n. Riset dan Pengembangan (*R&D*): kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen. (Faisal Afiff, 2012)
- o. Kuliner ; makanan khas daerah

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pendapat atau dugaan sementara, dimana dugaan ini masih harus diuji kembali kebenarannya. Hipotesis merupakan salah satu instrumen terkait dalam teori yang ada dalam suatu penelitian. Pertama, diduga Sektor yang bernilai LQ lebih besar dari 1 antara lain sektor penggerak yang dominan dilakukan oleh secara turun temurun oleh masyarakat asli Kota Pariaman

METODE PENELITIAN

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data tentang pendapatan yang diperoleh oleh bidang sektor ekonomi kreatif dari tahun 2020 sampai tahun 2022. Data ini didapatkan dari Badan pusat statistik (BPS), Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan (DJPk), jurnal- jurnal sebelumnya dan dari buku.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan model loqation quetion dan tipologi klasen dengan formulasi sebagai berikut :

Tipologi industri ekonomi kreatif berdasarkan pengelompokkan klasen

Yr/ Y	>1	<1
Gr/ G	Maju	Berkembang
>1	Harapan	Belum Maju
<1		

Keterangan :

- Yr = Pendapatan total seluruh sektor (15 Sektor)
- Y = Rata-rata pendapatan sektor industri kreatif 1
- Gr = Laju pertumbuhan pendapatan seluruh sektor (15 Sektor)
- G = Laju pertumbuhan pendapatan sektor induskti i

Dari perkembangan klasen, akan diperoleh 4 klasifikasi industri, yaitu :

- Industri Maju, yaitu industri tumbuh dengan cepat diatas rata-rata laju pertumbuhan industri secara keseluruhan.
- Industri memiliki harapan potensi untuk tumbuh, yaitu industri yang cukup mempunyai potensi untuk berkembang, tetapi belum banyak diusahakan.

- Industri Berkembang, yaitu industri yang mempunyai potensi cukup untuk berkembang dengan laju pertumbuhan industri lain sudah tinggi namun pendapatan rata-rata industrinya relatif rendah.
- Industri kurang berkembang (Terbelakang atau belum maju) , yaitu industri dengan laju pertumbuhan pendapatan sulit ditingkatkan karena potensi yang dimiliki tidak dapat memacu pertumbuhan pendapatan yang diinginkan.

Sedangkan analisis industri basis untuk sektor ekonomi kreatif dianalisis dengan model Location Quotient atau lebih dikenal dengan teknik LQ. (Harvey Armstrong,2005)

$$Lq^{ir} = \frac{(X^r_i / X^r)}{(X^n_i / X^n)}$$

Dimana :

Lq^{ir} = Nilai LQ sektor ekonomi kreatif i

X^r_i = Pendapatan rata-rata industri sektor ekonomi kreatif i

X^n_i = Pendapatan total industri sektor ekonomi kreatif i

X^r = Pendapatan rata-rata 15 sektor ekonomi kreatif

X^n = Pendapatan Total 15 sektor ekonomi kreatif

Dari hasil perhitungan akan diperoleh tiga kemungkinan nilai LQ, yaitu

- Apabila nilai $LQ > 1$ atau $LQ = 1$ maka industri sektor kreatif tersebut merupakan basis (Unggul) pada daerah bersangkutan.
- Jika nilai $LQ < 1$ maka sektor yang bersangkutan bukanlah menjadi basis pada daerah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kota Pariaman adalah salah satu kota yang terletak di wilayah pesisir Provinsi Sumatera Barat yang termasuk dalam kategori daerah yang berada pada kawasan rawan bencana baik itu rawan terhadap bencana gempa dan tsunami, gerakan tanah, likuifaksi serta banjir. Letak Geografis Kota Pariaman yang berada pada kawasan rawan bencana ini menjadi tantangan bagi Kota Pariaman dalam mewujudkan visi kotanya untuk menjadi kota tujuan wisata budaya yang islam, namun hal ini dapat diupayakan dengan beberapa program dan kegiatan yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Pariaman untuk mewujudkan visi tersebut, yang salah satunya adalah dengan pengembangan program kota hijau.

Secara geografis, Kota Pariaman yang resmi terbentuk dengan berlakunya Undang- Undang No. 12 Tahun 2002, terletak antara $0^{\circ} 33'00''$ - $0^{\circ}40'43''$ Lintang Selatan dan $100^{\circ}10' 33''$ - $100^{\circ} 10'55''$ Bujur Timur. Kota Pariaman merupakan salah satu kota di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki wilayah pesisir dan laut. Kota Pariaman ini mempunyai luas wilayah darat keseluruhan $73,36 \text{ km}^2$ dan luas lautan $282,69 \text{ km}^2$ dengan 6 buah pulau-pulau kecil: Pulau Bando, Pulau Gosong, Pulau Ujung, Pulau Tangah, Pulau Angso dan Pulau Kasiak. Panjang pantai lebih kurang 12,7 km. Kota Pariaman ini terdiri dari 4 (empat) kecamatan yaitu Kecamatan Pariaman Utara, Kecamatan Pariaman Tengah, Kecamatan Pariaman Timur dan Kecamatan Pariaman Selatan, dan terdiri dari 16 kelurahan serta 55 desa.

Kondisi Sektor Industri

Perkembangan jumlah industri di Kota Pariaman dalam jangka waktu 2020 – 2022 menunjukkan angka yang fluktuatif. Jumlah industri yang ada dikelompokkan menjadi industri pertanian, industri aneka, industri logam, industri mesin dankimia. Pada tahun 2020 jumlah industri formal yang terdapat di Kota Pariaman adalah sebanyak 381 unit dengan serapan tenaga kerja sebanyak 2.732 orang dan industri non formal berjumlah 666 unit dengan serapan tenaga kerja sebanyak 2.751 orang. Tahun 2021 jumlah indistri

formal meningkat menjadi 570 unit demikian juga dengan industri non formal menjadi 986 unit. Serapan tenaga kerja pada tahun 2021 perkembangannya juga mengikuti jumlah perkembangan industri, dimana serapan tenaga kerja industri formal meningkat menjadi 4.035 dan non formal menjadi 3.915. Pada tahun 2022 jumlah industri formal dan non formal menurun demikian juga dengan serapan tenaga kerjanya juga menurun.. Untuk lebih jelasnya data dari sektor industri yang ada di Kota Pariaman dapat dilihat pada **Tabel 1 dan 2**

Tabel 1
Jumlah Unit Industri dan Tenaga Kerja
di Kota Pariaman Tahun 2022

No	Cabang Industri	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
1	Industri Pangan	358	1.522
2	Industri Sandang	309	1.264
3	Industri Kimia dan Bahan Bangunan	239	1.655
4	Industri Logam dan Elektronika	161	807
5	Industri Kerajinan	533	3.022
J U M L A H		1.600	8.270

Sumber : Dinas Perindag Kota Pariaman Tahun 2022

Tabel 2
Perkembangan Jumlah Unit Industri
di Kota Pariaman Tahun 2008 - 2012

No	Tahun	Usaha Formal	Non Formal	Tenaga Kerja Formal	Enaga Kerja Non Formal
1.	2020	381	666	2.732	2.751
2.	2021	570	986	4.235	3.915
3.	2022	568	868	2.559	2.006

Analisis Tipologi Sektor Ekonomi Kreatif

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh klasifikasi industri sektor ekonomi kreatif berdasarkan tipologi klasen yang akan menunjukkan besarnya potensi sektor untuk dapat dikembangkan dengan baik sebagai industri kreatif andalan kota Pariaman.

Tabel .3
Klasifikasi Industri sektor ekonomi kreatif di Kota Pariaman
Berdasarkan Pengelompokan Klasen Tipologi

Yr / Y		

Gr / G	>1	<1
> 1	<p><u>Maju</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fesyen 2. Kuliner 	<p><u>Berkembang</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerajinan 2. Desain 3. Periklanan 4. Seni Pertunjukkan
< 1	<p><u>Harapan</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Musik 2. Riset dan Pengembangan (<i>R&D</i>) 3. Televisi dan radio 4. Layanan Komputer dan Piranti Lunak (<i>software</i>) 5. Pasar Barang Seni 	<p><u>Belum Maju</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penerbitan dan Percetakan 2. Permainan Interaktif 3. Video, Film dan Fotografi

Sumber : Data diolah

Pertama disebut dengan sektor yang tumbuh cepat (Rafid Growth sector) yaitu industri atau sektor ekonomi kreatif yang mengalami laju pertumbuhan pendapatan yang pesat, demikian juga dengan pendapatan rata-ratanya berada diatas pendapatan rata-rata seluruh sektori, sektor tersebut antara lain feshen dan kuliner.

Kedua, sektor ekonomi kreatif yang berkembang cepat yaitu sektor yang mencapai tingkat pertumbuhan pertumbuhan pendapatan tinggi, namun pendapatan rata-ratanya berada di bawah pendapatan rata-rata pendapatan seluruh sektor ekonomi kreatif. sektor tersebut adalah sektor kerajinan, sektor desain ,sektor periklanan, sektor seni pertunjukkan.

Ketiga, sektor ini cukup punya potensi untuk berkembang, tetapi potensi tersebut belum banyak diusahakan. Biasanya sektor ini memiliki harapan untuk dikembangkan adalah Musik, Riset dan Pengembangan (*R&D*),Televisi dan radio,Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*),Pasar Barang Seni

Keempat, sektor yang belum maju yaitu sektor yang laju pertumbuhan pendapatannya sulit untuk ditingkatkan dan potensi yang dimiliki juga masih kurang. Dalam arti kata laju pertumbuhan pendapatannya dan pendapatan rata-ratanya rendah jika dibandingkan dengan industri lainnya. sektor tersebut antara lain, penerbitan dan percetakan,permainan Interaktif,Video, Film dan Fotografi

4.4 Analisis sektor Basis Ekonomi kreatif

Untuk mengetahui potensi masing-masing sektor ekonomi kreatif maka digunakan teknik *Location Quotient* (LQ). Penggunaan teknik ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi kemampuan dan dominasi produksi masing-masing sektor suatu daerah jika dibandingkan dengan daerah lainnya pada periode yang sama.

Bila nilai LQ sektor yang lebih besar dari satu ($LQ > 1$). Ini berarti peranan sektor ini pada daerah tersebut adalah besar bila dibandingkan dengan rata-rata pada sektor secara keseluruhan (15 sektor)

Dijelaskan dari tabel 4 hasil perhitungan LQ pada 15 sektor ekonomi kreatif yang menjadi andalan kota Pariaman adalah sektor fesyen dengan nilai LQ sebesar 1,5888,kuliner sebesar 1,4588,kerajinan sebesar 1,2319 dan disain sebesar 1,0903

Tabel 4
Sektor-sektor Ekonomi yang berpotensi di Kota Pariaman

Sektor	Nilai LQ > 1
1. Fesyen	1,5888
2. Kuliner	1,4588
3. Kerajinan	1,2319
4. Disain	1,0903

Sumber : Data Diolah

Tata Kelola Pemerintah dalam Mengembangkan Sektor ekonomi kreatif

Beberapa bentuk tata kelola pemerintah yang berkaitan dengan produk ekonomi kreatif unggulan dari sektor yang ada telah dilakukan kajian tentang analisis kekuatan, kelemahan peluang dan ancamannya sehingga dapat diperoleh kebijakan tata kelola yang baik. Beberapa produk tersebut antara lain:

a. Bordiran

Kerajinan bordir termasuk salah satu jenis kerajinan yang memerlukan ketekunan, ketelitian dan kesabaran dan ini banyak dikerjakan oleh kaum wanita. Di Kota Pariaman cara kerja membuat pakaian bordir terdapat dua cara yakni dengan menggunakan menjahitnya pada kain yang telah disediakan sesuai dengan pola dan motif yang akan dibuat dan dengan cara mensolderkan alat bordir pada kain yang akan dibordir.

Di Kota Pariaman saat ini sudah banyak beroperasi unit usaha bordir yakni 210 unit usaha formal dan 187 yang non formal. Usaha ini umumnya memproduksi jilbab dan mukena. Daerah atau kawasan yang paling banyak terdapat industri kerajinan bordir ini adalah di Naras Kota Pariaman.

Bahan baku pakaian bordir adalah kain dasar biasa, namun untuk kualitas tertentu ada bahan dasarnya yang terbuat dari kain sutera. Kain ini diimpor dari Jepang. Sebagian bahan dasar ini ditambah pula dengan bahan pembantu seperti benang dan renda. Dalam pengembangan industri ini ada beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk mengembangkan industri ini, yakni antara lain :

1. Kekuatan
 - Komitmen pengrajin cukup tinggi dalam mengembangkan usaha kerajinan.
 - Tenaga kerja tidak memerlukan pendidikan khusus dan cukup tersedia dilingkungan perusahaan.
 - Motif/desain bordir cukup variatif dan trendy.
 - Peralatan produksi sebagian sudah menggunakan mesin moderen.
2. Kelemahan
 - Produksi belum berdasarkan target yang ingin dicapai, tetapi lebih didasarkan pada order pedagang.
 - Modal masih sangat terbatas.
 - Pengelolaan keuangan masih bersifat kekeluargaan dan belum didasarkan atas pembukuan yang baik (menurut bisnis) sehingga sulit mengukur apakah perusahaan dalam posisi ber laba atau merugi.
3. Peluang
 - Banyak perantau sulit air di daerah lain sebagai ujung tombak pemasaran.
 - Pakaian bordir (mukena dan jilbab) yang trendy tidak hanya dikalangan kaum wanita setengah baya ke atas tetapi juga remaja.
4. Ancaman
 - Menurunnya minat generasi muda untuk menekuni kerajinan bordir.
 - Tingginya persaingan dari produk yang sejenis.

b. Sulaman Benang emas

Berawal dari tradisi adat dan pesta perkawinan masyarakat Naras Pariaman, sekitar 50 tahun yang silam, sulaman benang emas telah menjadi salah satu produk kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat yang sampai saat ini masih berkembang. Sulaman benang emas sudah merupakan kerajinan masyarakat Naras III Koto Kecamatan Pariaman Utara Kota Pariaman. Menurut sejarahnya kerajinan sulaman emas ini diperoleh secara turun temurun. Namun secara ekonomis perkembangannya belum memperlihatkan prospek yang prospektif, karena secara turun temurun kerajinan ini dilakukan sebagai kegiatan sampingan oleh masyarakat.

Sulaman benang emas ini dibuat dengan bahan baku terdiri dari beludru, benang emas kain pelapis, benang jahit dan piapi. Produksi yang dihasilkan kerajinan rumah tangga sulaman benang emas dipasarkan berdasarkan orderan dari pelanggan namun saat ini juga ada beberapa bentuk yang dibuat sendiri untuk dipasarkan seperti sarung bantal kursi dengan alas mejanya, kipas dan lukisan.

Beberapa hal kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berkaitan dalam pengembangan industri ini antara lain :

1. Kekuatan
 - Adanya kebutuhan adat yang secara tradisi diselenggarakan berkelanjutan di Kota Pariaman.
 - Cukup tersedia tenaga – tenaga yang terampil dalam sulaman benang emas, karena jenis keterampilan yang disyaratkan tidak memerlukan pendidikan khusus.
 - Adanya tekad dari pengrajinan untuk terus melanjutkan warisan keterampilan yang telah mereka terima secara turun temurun.
2. Kelemahan
 - Pengrajin belum memiliki visi dan misi bisnis yang jelas, oleh sebab itu kegiatan ini masih dipandang sebagai sampingan.
 - Pasokan bahan baku benang emas sering tidak diperoleh oleh pengrajin karena bahan baku tersebut kategori bahan impor (diimpor dari India dan Singapura).
 - Minat generasi muda untuk menekuni kerajinan sulaman benang emas ini mulai menunjukkan tendensi yang makin menurun.
 - Modal sangat terbatas, sehingga pengrajin tidak bisa menyediakan stock bahan baku.
 - Seringkali pengrajin tidak memperoleh motif baru karena terlambatan informasi.
3. Peluang
 - Kerajinan sulaman benang emas sesungguhnya sudah mulai langka di masyarakat, sehingga sangat berpotensi untuk dikembangkan.
 - Masyarakat demand masih terbuka luas karena setiap perhelatan dimasyarakat cenderung masih menggunakan produksi sulaman benang emas, baik di Kota Pariaman maupun di perantauan.
 - Produk sulaman benang emas memiliki karakteristik sendiri dan sering diminati oleh turis asing.
4. Ancaman
 - Karena bahan baku utamanya di impor, maka kelangkaan bahan baku sering menyebabkan produksi sulaman benang emas terputus-putus.
 - Adanya produksi sulaman benang emas yang dihasilkan oleh industri sejenis di daerah tetangga (Lubuk Begalung (Padang), Sungayang (Tanah Datar), saning Bakar (Kab. Solok).

c. Rajutan

Berawal dari latar belakang kehidupan masyarakat yang berada di pinggir pantai Pariaman yang umumnya mereka memiliki mata pencaharian sebagai nelayan, dan para ibu-ibu yang berada di rumah menyibukkan diri sambil merajut benang. Lama kelamaan kebiasaan ini menjadi hobbi para ibu-ibu nelayan yang ada di kawasan pantai Barat Pariaman. Lebih kurang 50 tahun yang silam kegiatan rajutan ini sudah ada. Rajutan telah menjadi salah satu produk kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat yang saat ini masih berkembang. Namun secara ekonomis perkembangannya belum memperlihatkan prospek yang prospektif, karena secara turun temurun kerajinan ini dilakukan sebagai kegiatan sampingan oleh masyarakat. Aspek ekonomis yang mesti diharapkan tumbuh dari kerajinan ini sejauh ini belum begitu tampak. Padahal di Pariaman kerajinan rajutan merupakan salah satu hasil komoditi industri yang memiliki prospek.

Bahan baku kerajinan rajutan dibuat dengan bahan baku terdiri dari benang medan, benang sulam dense, kain blacu, dan siliki. Produk yang dihasilkan kerajinan rumah tangga rajutan di pasaran berdasarkan order dari pelanggan dimana bentuk dan motif rajutan dibuatkan jika ada permintaan/order yang diberikan oleh konsumen. Wilayah pemasaran industri rajutan ini telah beredar keberbagai daerah dan luar negeri seperti ; Bikinggi, Padang, Pekanbaru, Jakarta, Surabaya, Batam, Medan, Malaysia, Thailand dan Turki.

Namun demikian dalam pengembangannya industri rajutan ini memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman antara lain ;

1. Kekuatan
 - Cukup tersedianya tenaga yang terampil dalam merajut karena jenis keterampilan yang disyaratkan tidak memerlukan pendidikan khusus.
 - Adanya tekad dari pengrajin untuk terus melanjutkan warisan keterampilan ini yang telah mereka terima secara turun temurun.
 - Ketersediaan bahan baku cukup memadai.
2. Kelemahan
 - Pengrajin belum memiliki visi dan misi bisnis yang jelas, oleh sebab itu kegiatan ini masih dipandang sebagai sampingan.
 - Modal sangat terbatas, sehingga pengrajin tidak menyediakan stock bahan baku.
 - Minat generasi muda untuk menekuni kerajinan rajutan ini mulai menunjukkan tendensi yang makin menurun.
 - Seringkali pengrajin tidak memperoleh motif baru karena keterlambatan informasi sehingga motif monoton.
 - Kurangnya daerah pemasaran yang dapat dijangkau.
3. Peluang
 - Kerajinan rajutan sesungguhnya sangat langka di masyarakat, sehingga sangat berpotensi untuk dikembangkan.
 - Karena produk rajutan memiliki karakteristik sendiri diminati oleh wisatawan dalam dan luar negeri.

d. Tas dan Sandal

Kerajinan tas dan sandal termasuk salah satu jenis kerajinan yang memerlukan ketekunan, ketelitian dan kesabaran. Usaha atau industri ini juga merupakan salah satu kegiatan usaha yang digeluti masyarakat di Kota Pariaman utamanya juga di daerah Naras. Usaha ini diharapkan juga dapat menjadi komoditi andalan yang berkontribusi atas penguatan pembangunan ekonomi Kota Pariaman yang berbasis kerakyatan.

Salah satu kendala dalam pengembangan usaha ini antara lain :

- Modal kerja pengrajin masih terbatas.
- Tingginya persaingan dari produk yang sejenis.

Bentuk tata kelola pemerintah dilakukan dengan berbagai cara antara lain

1. Kebijakan lebih efektif (rekrutmen, pelatihan, pengembangan) ekonomi kreatif
2. Komunikasi & informasi Produksi
3. Efektivitas dan Pemasaran
4. Pengembangan Teknologi untuk Desain Produk
5. profesional Badan Pengelola Dana
6. Meningkatkan hubungan: teknologi & pemasaran
7. pembinaan secara berkala
8. Adanya hubungan yang sinergis (pelanggan & pemasok)
9. Pemberian Masukan tentang Pola Perencanaan perusahaan yang bersifat strategis
10. Adanya monitoring dan laporan berkala kepada industri kreatif
11. Mempermudah proses pinjaman kredit dan pengembaliannya
12. Meningkatkan pola kewirausahaan (jangka panjang)
13. Terpolanya komunikasi baik teknis dan non teknis
14. pengembangan yang dinamis terhadap Industri kreatif
15. Mencarikan peluang pasar dengan ikut serta pameran regional, nasional dan internasional
16. Membangun hubungan sinergis dalam kelancaran penyaluran dana.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan Bentuk tata kelola yang harus dilakukan oleh pemerintah harus diimplementasikan dengan sungguh-sungguh dan konsisten

Sektor-sektor unggulan dalam ekonomi kreatif dikota Pariaman antara lain fesyen, kuliner, disain dan kerajinan harus mendapat dukungan yang serius oleh pemerintah dalam dal perencanaan, pengembangan dan pembinaan serta kerjasama yang terintegrasi sehingga pengembangan sektor tersebut lebih cepat terealisasi

KETERBATASAN DAN SARAN

Sebaiknya dilakukan peneliiian terhadap sub ordinal sektor dengan mengetahui SWOT pada masing masing kelompok sektor yang tipologinya rendah sehingga dapat diperbaiki tata kelola dalam meningkatkan perannya dalam ekonomi

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada bapak Pihak BPS Kota Pariaman yang telah memberikan support data sampai selesainya jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2019). Metodologi Penelitian, Suatu Pengantar Pendidikan. In Rineka Cipta, Jakarta (Hal. 21).
- Kota Pariaman Dalam Angka. 2014, Badan Pusat Statistik, Kota Pariaman.
- Nurul H, (2007) Tehnik Perencanaan Pembangunan, LPPM Universitas Bung Hatta Press
- Rangkuti, F., 1997. *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Robinson, Tarigan., 2005, *Ekonomi Regional, Bumi Aksara*. Jakarta

Supriyanto, 2004. Harmonisasi Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan Dengan Pembangunan Berkelanjutan, *Ekstensia*, Deptan RI Vol 19/ Th XI/ 2004