

ANALISIS DAYA SAING EKONOMI KREATIF DI KOTA PEKANBARU

by Rosmayani Rosmayani

Submission date: 08-Apr-2022 11:09AM (UTC+0700)

Submission ID: 1804949873

File name: 10._ANALISIS_DAYA_SAING_EKONOMI_KREATIF_DI_KOTA_PEKANBARU.pdf (254.23K)

Word count: 5097

Character count: 30755

**ANALISIS DAYA SAING EKONOMI KREATIF DI KOTA PEKANBARU
(Studi Usaha Sektor Kerajinan Galeri Batik Tabir Riau Rani)**

Rosmayani ⁽¹⁾ Rosmita ⁽²⁾ Shafira Amalia Ramadhani ⁽³⁾
rosmayani_abi@yahoo.co.id
Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Islam Riau

ABSTRACT

The purpose of the research is for beeing up the competitiveness of the creative economy in Pekanbaru city in the craft sub sector Galeri Batik Tabir Riau Rani. This research arranged in descriptive type and quantitative methods. Research data consists of primery and secondary data. Primary data obtain from observation, focused discussion, interview, and SWOT questionnaire, secondary data obtain from statistics Indonesia, literature book, journal and internet. Collected data will be analyzed with descriptive analysis and SWOT analysis techniques (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat). From this research by way of questionnaire and fosuc discussion with the Galeri Batik Tabir Riau Rani owner, concluded that of increasing the competitiveness Galeri Batik Tabir Riau Rani it uses SO strategi, that is harnessing strength owned to get the opportunities that exist.

Keywords: creative economy, competitiveness, SWOT analysis.

PENDAHULUAN

Permintaan akan pemenuhan kebutuhan saat ini terus meningkat, hal tersebut mendorong para pelaku bisnis untuk terus berupaya memenuhi segala kebutuhan konsumen melalui ide dan inovasi baru untuk menghasilkan beragam produk. Usaha yang dilakukan diantaranya yaitu memanfaatkan teknologi dan membentuk gagasan-gagasan baru untuk menciptakan sebuah produk baru.

Kemajuan teknologi memberikan pengaruh positif kepada para pelaku ekonomi. Melalui teknologi, kelangkaan suatu produk karena permintaan akan produk tersebut semakin meningkat bisa

Latar Belakang

dihindari. Melalui teknologi yang menjadi alat untuk manusia berinovasi, kini mampu menghadirkan produk alternatif untuk memenuhi kebutuhan akan sebuah produk, baik barang maupun jasa.

Perubahan zaman, menyebabkan gaya hidup terus berubah dan semakin modern, termasuk perubahan disektor ekonomi, seperti pola produksi, distribusi, dan konsumsi yang berubah kearah yang diinginkan oleh masyarakat. Saat ini juga kita ketahui bersama bahwa kegiatan ekonomi jauh lebih mudah dan efisien dengan munculnya kegiatan ekonomi berbasis teknologi dan ilmu pengetahuan. Belakangan ini, sering

kita temukan usaha yang mengolah bahan baku dengan memadukannya kreativitas, teknologi, dan informasi menjadi sesuatu yang bernilai jual tinggi yang kita kenal dengan ekonomi kreatif.

Menurut Howkins (2001) perubahan pola ekonomi tersebut dikenal dengan “gelombang ekonomi”, dan ekonomi kreatif merupakan gelombang keempat dalam orientasi ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money*, Howkins

Berdasarkan hasil pemetaan potensi ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2016, ada 16 subsektor ekonomi kreatif yang terdiri dari: Aplikasi dan pengembangan game, Periklanan, Penerbitan, Pasar barang seni, Kerajinan, Desain, Fashion, Video, Film, dan Fotografi, Musik, Seni pertunjukan, Kuliner, Televisi dan radio, Layanan computer dan piranti lunak, Riset pengembangan, dan Arsitektur (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia 2016).

Pemerintah provinsi Riau tengah fokus mengembangkan ekonomi kreatif yang dipahami memiliki dampak yang sangat baik bagi perekonomian. Hal ini mengacu pada keinginan Pemerintah Pusat melalui instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 Tentang perubahan Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Kontribusi sector ekonomi

dengan ide-ide baru yang mereka dapatkan melalui pertama kali memperkenalkan istilah ekonomi kreatif. Menurutnya kita telah memasuki era ekonomi kreatif sejak abad ke-21 tepatnya ditahun 2001.

Pengembangan industri kreatif diyakini dapat memberi warna baru bagi sektor ekonomi dan pembangunan Negara. Industri dengan pola kreativitas ini terus di galakkan dan dikembangkan dengan bantuan para cendekiawan, pemerintah dan pelaku usaha industri kreatif itu sendiri.

kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 1.105 triliun di tahun 2017, sumbangan PDB ekonomi kreatif terhadap PDB nasional tahun 2017 mencapai 7,57% (Badan Ekonomi Kreatif Nasional, 2018). Dari 16 subsector ekonomi kreatif, terdapat tiga subsector yang memberikan kontribusi dominan terhadap PDB, yaitu kuliner sebesar 32,5%, fashion sebesar 28,3%, dan kerajinan sebesar 14,4% (Kamar dagang dan Industri, 2018). Pada Riau sendiri berdasarkan informasi yang didapatkan dari kepala bidang Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Provinsi Riau, saat ini Riau terkhususnya Pekanbaru tengah menggalakkan ekonomi kreatif pada dua sub sector yaitu kerajinan (kriya) dan kuliner, dibuktikan melalui kegiatan “Riau Street Fiesta” yang mencoba menampilkan kriya unik dan kuliner yang inovatif.

Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah mengatur seluruh hal yang berhubungan dengan UMKM, sesuai pada bunyi undang-

undang ini pada pasal 4 butir ke-3 yang mengatakan bahwa usaha UMKM adalah pengembangan usaha yang dilakukan yang berbasis pada potensi yang dimiliki oleh sebuah daerah, dan orientasi pasarnya disesuaikan dengan UMKM yang bersangkutan. Maka dengan melakukan pemberdayaan terhadap usaha UMKM daerah maka dapat menyeimbangkan perekonomian masyarakat secara nasional, selain itu UMKM juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan mengikis angka kemiskinan suatu daerah dan Negara. Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan bentuk usaha yang paling banyak di dunia ekonomi kreatif, rata-rata usaha yang tergolong ke dalam ekonomi kreatif lebih berbasis kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sehingga tidak heran jika ekonomi kreatif sering di hubungkan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Kebudayaan yang dimiliki Provinsi Riau sangat beragam, diantaranya yaitu Batik Riau yang menjadi ciri khas Budaya Melayu dan merupakan kearifan budaya lokal, menurut Kusumah dan Purwana (2011) kearifan lokal adalah jawaban kreatif terhadap situasi geografis-politis, historis, dan situasional yang bersifat lokal yang mengandung sikap, pandangan, dan kemampuan suatu masyarakat. Saat ini Batik Riau mulai dilirik dan diminati oleh masyarakat luas, dan mulai digunakan oleh masyarakat umum serta kaum muda, namun eksistensi Batik Riau masih kalah dengan batik dari daerah lain seperti Batik Pekalongan, Batik Jogja, Batik Solo dan jenis batik lain dari daerah pulau Jawa

Tabel 1. Nama dan alamat Toko Batik Riau

NO	NAMA TOKO	ALAMAT
1.	Galeri Batik Tabir Riau Rani	Jln. Hang Tuah No.70B Pekanbaru
2.	Galeri Batik Tabir Riau Rani	Jln. Jend.Sudirman No.171 Pekanbaru
3.	Batik Corak Riau	Jln. Durian No.21A (Simp. 4 TVRI)
4.	Batik Riau	Jln. Jend.Sudirman No.279 Pekanbaru
5.	Melia Batik Riau Semat Tembaga	Jln. Kuantan VII No.42 Pekanbaru
6.	Rumah Batik Riau 2 Negeri	Jln. Yuda Karya No.9, Tuah Karya Pekanbaru

Sumber : Observasi Penulis, 2018

Terdapat beberapa toko Batik Riau di kota Pekanbaru, yang menjual dan menawarkan desain Batik Riau yang unik dan menarik. Dari 6 (enam) toko batik Riau yang ada, Toko Galeri Batik Tabir Riau Rani merupakan toko batik yang sudah lama dan menjadi promotor untuk mempopulerkan kembali Batik Riau dikalangan masyarakat sejak tahun 2004, karena hal tersebut penulis tertarik untuk menjadikan Galeri Batik Tabir Riau Rani sebagai objek penelitian.

Dari survei awal yang ditemukan pada usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani ditemukan fenomena sebagai berikut :

- 1) Galeri Batik Tabir Riau Rani dijual dengan harga yang relatif tinggi karena kondisi beberapa faktor yang kurang mendukung, untuk bahan baku dan pengrajin Galeri Batik Tabir Riau Rani mendatangkan dari daerah Pekalongan Jawa Tengah.
- 2) Galeri Batik Tabir Riau Rani tidak diproduksi di Provinsi Riau melainkan diproduksi di daerah

- industry pendukungnya yaitu Pekalongan Jawa Tengah .
- 3) Kurangnya permintaan pasar karena motif dan warnanya yang kurang menarik dan menyebabkan Galeri Batik Tabir Riau Rani kurang diminati masyarakat umum.
 - 4) Kurangnya struktur persaingan dan strategi industry menyebabkan masyarakat umum tidak mengetahui keberadaan Galeri Batik Tabir Riau Rani.

Tabel 2. Perbandingan Harga Outlet Batik Riau dan Outlet Galeri Batik Tabir Riau Rani

N O	NAMA PRODUK	NAMA OUTLET	
		BATIK RANI	BATI K RIAU
1.	Kain Meteran/ 2,5 M		
	a. Bahan Dobby	Rp.260.000	Rp.210.000
	b. Bahan Katun	Rp.380.000	-
	c. Bahan Semi Sutra	-	Rp.90.000
	d. Bahan Sutra Baron	Rp.6.500.000	-
2.	Kemeja Lengan Panjang	Rp.1.000.000	Rp.480.000
3.	Kemeja Lengan Pendek	Rp.800.000	Rp.360.000
4.	Kemeja Lengan ½	Rp. 490.000	Rp. 450.000

Sumber : Galeri Batik Tabir Riau Rani dan Batik Riau, 2018

Berdasarkan tabel diatas, perbandingan harga antara outlet Galeri Batik Tabir Riau Rani dengan

outlet Batik Riau, menunjukkan bahwa kedua toko tersebut tidak menjual jenis produk yang sama walaupun produknya sama-sama bermotif batik Riau. Pada Galeri Batik Tabir Riau Rani, jenis produk yang dijual dengan harga sangat mahal adalah jenis kain berbahan sutra baron, yang dibandrol dengan harga Rp. 6.500.000. Sementara untuk harga terendahnya yaitu Rp. 260.000 untuk kain 2,5 M berbahan Dobby. Pada toko Batik Riau sendiri harga termahal untuk batik ini adalah Rp. 480.000 yaitu Kemeja lengan panjang berbahan katun, dan harga terendah Rp. 90.000 kain berbahan semi sutra.

Agar dapat memaksimalkan persaingan Batik Riau, perlu dilakukan pengkajian lebih detail terhadap faktor-faktor penunjang persaingan ekonomi kreatif di Kota Pekanbaru yang antara lain yaitu kurangnya sumber daya manusia yang mampu bergerak di bidang ekonomi kreatif, rendahnya pengetahuan masyarakat tentang ekonomi kreatif, kurangnya partisipasi pemerintah dalam memaksimalkan ekonomi kreatif kota. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, kita dapat mudah untuk meminimalisir penghambat berkembangnya ekonomi kreatif, sehingga persaingan didunia ekonomi kreatif dapat tercipta.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diuraikan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimanakah Daya Saing Usaha Ekonomi Kreatif di Kota Pekanbaru (Studi Usaha Sektor

Kerajinan Galeri Batik Tabir Riau Rani)?”

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang bisa diperoleh antara lain :

1. Untuk mengetahui daya saing ekonomi kreatif pada Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan dalam pengembangan usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani

Kajian Pustaka Daya Saing

Sebagian pakar mengungkapkan bahwa konsep daya saing (*competitiveness*) pada awalnya berpijak dari konsep keunggulan absolut Adam Smith (Lindert dan Kindleberger, 1993; Esterhuizen, 2006) dalam (Jurnal Saptana, 2010;2) dengan teori perdagangan (*Trade Theory*) yang mengemukakan bahwa kesejahteraan adalah gugus dari *endowment* (sumberdaya). Inti dari teori keunggulan absolut ialah bahwa apabila diantara dua Negara masing-masing memiliki keunggulan absolut, maka perdagangan di antara kedua Negara tersebut akan meningkatkan kesejahteraan.

Kelima kekuatan tersebut menjadi penentu dalam persaingan sebuah industri, kelimanya akan saling mempengaruhi secara berkesinambungan, seperti sebuah perusahaan yang berada pada posisi pasar yang sangat baik tanpa adanya ancaman dari pendatang baru, namun akan tergeser posisinya apabila dihadapkan dengan ancaman produk pengganti yang dapat memenuhi

keinginan pasar lebih baik dari pada produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Ancaman masuknya pendatang baru kedalam industri tergantung pada rintangan masuk yang ada, digabung dengan reaksi dari pesaing yang sudah ada yang dapat diperkirakan oleh si pendatang baru. Jika rintangan atau hambatan ini besar dan/atau pendatang baru memperkirakan akan ada perlawanan yang keras dari para pemain lama, maka ancaman dari pendatang baru akan rendah (Porter, 2007:38).

Ekonomi Kreatif

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2007) “ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”. ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang berorientasi pada kreativitas dan inovasi untuk mengubahnya menjadi faktor produksi dan akan terus berkembang menjadi industri kreatif

Sub sektor yang merupakan bagian dari industry kreatif adalah :

- a. Periklanan (*Advertising*)

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yaitu komunikasi satu arah yang menggunakan medium tertentu. Subsektor periklanan meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang

dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi public, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televise, radio)

b. Arsitektur

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya instruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro sampai dengan level mikro.

c. Pasar Barang Seni

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, took, pasar swalayan, dan internet, misalnya : alat music, percetakan, dan lain sebagainya

d. Kerajinan

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari : batu berharga, serta alam maupun buatan, kulit, rotan, kain, marmer, tanah liat, dan lain sebagainya. Seni kerajinan merupakan salah satu sub sector yang menjadi ciri khas Bangsa Indonesia dan sangat dekat dengan industri pariwisata.

e. Desain

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industry, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

f. *Fashion*

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode, dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.

g. Video, Film, dan Animasi

Merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film

h. Fotografi

Industri yang mendorong pengguna kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk didalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja

i. Permainan Interaktif

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan computer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi, subsector permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga

sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

- j. Musik
Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- k. Seni Pertunjukan
Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan
- l. Penerbitan dan Percetakan
Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, Koran, majalah tabloid, dan konten digital, serta kegiatan, kantor berita, dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup pencetakan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya
- m. Layanan Komputer dan Piranti Lunak
Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan computer, 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.
- n. Televisi dan Radio
Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *games*, *reality*

show, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.

- o. Riset dan Pengembangan
Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk 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.
- p. Kuliner
Kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas sebagai elemen terpenting untuk menarik daya beli

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat suatu objek.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif, karena penelitian ini berusaha untuk mengetahui daya

saing ekonomi kreatif pada Galeri Batik Tabir Riau Rani.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru yang beralamat di Jl. Hangtuah No. 70B. Alasan penulis mengambil lokasi tersebut dikarenakan Galeri Batik Tabir Riau Rani merupakan salah satu toko Batik Riau terkenal di kota Pekanbaru dan merupakan pelopor Batik Riau.

Populasi dan Sampel Penelitian

Adapun yang menjadi populasi dan sampel pada penelitian daya saing pada Galeri Batik Tabir Riau Rani ini adalah pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani.

Teknik Penarikan Sampel

Adapun penarikan sampel pada Analisis Daya Saing Ekonomi Kreatif di Kota Pekanbaru (Studi Usaha Sektor Kerajinan Galeri Batik Tabir Riau Rani) adalah *non probability sampling* sampel total atau sensus, yaitu teknik penentuan sampel dengan melibatkan seluruh populasi sebagai sampel data penelitian dan dilakukan apabila jumlah populasinya relatif kecil (Sugiono 2017;145).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi

berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi.

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

Sejarah Singkat Usaha

Galeri Batik Tabir Riau Rani di Kota Pekanbaru adalah galeri milik ibu rani Makarimi yang memproduksi sekaligus menjual batik khas Provinsi Riau. Bermula dari usaha rumahan, pemilik Batik Rani menjual kain batik dari daerah jawa, karena mendapat respon yang positif dari masyarakat kota Pekanbaru, mereka mulai membuka toko pertamanya di JL. Hangtuah No.70B. Pemilik Galeri Batik Tabir Riau Rani mulai menjajahkan batik-batik yang dahulunya tidak hanya batik Riau, tetapi Galeri Batik Tabir Riau Rani juga menyediakan batik Solo dan batik Pekalongan sejak tahun 2003. Di tahun 2004 melalui peran pemerintah Provinsi Riau Galeri Batik Tabir Riau Rani mulai fokus hanya pada produk Batik Riau hingga saat ini. Pada tahun 2011 Galeri Batik Tabir Riau Rani membuka toko keduanya di JL. Hasyim Ashari Pekanbaru, namun hanya berjalan 3 (tiga) tahun kemudian toko keduanya dipindahkan ke JL.Jendral Sudirman No.171 Pekanbaru.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Distribusi Jumlah Key Informan dan Informan Pemilik Usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani, dan pemerintah terkait

NO	Key Informan dan Informan	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jenis Kelamin		Jumlah
				L	P	
1.	Pemilik Usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani	49	Sarjana	-	1	1
2	Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Provinsi Riau	50	Sarjana	1	-	1
JUMLAH				1	1	2

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah key informan dan informan pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani, dan Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Provinsi Riau, jika dilihat dari umur berkisar 50-49 tahun, jika dilihat dari tingkat pendidikan adalah SARJANA, apabila dari jenis kelamin perempuan sebanyak 1 orang dan untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 1 orang juga, dari seluruh jumlah key informan dan informan berjumlah 2 orang.

Analisis Daya Saing Ekonomi Kreatif di Kota Pekanbaru (Studi Usaha Sektor Kerajinan Galeri Batik Tabir Riau Rani) secara deskriptif

Berdasarkan hasil pengamatan (observasi) yang peneliti lakukan di Galeri Batik Tabir Riau Rani Jl. Hangtuah No.70B , peneliti melihat langsung bahwa pada saat ini toko tersebut sepi pengunjung, dalam satu minggu hanya ada 3-4 pengunjung yang datang. Namun Galeri Batik Tabir Riau Rani selalu tetap konsisten dan berupaya terus untuk tetap bertahan dikondisi yang seperti apapun serta tetap selalu menjaga

mutu dan kualitas produk. Galeri Batik Tabir Riau Rani selalu buka setiap harinya dari pukul 09.00-16.00 WIB dan dapat dipastikan Galeri Batik Tabir Riau Rani hanya libur pada hari-hari besar saja, hal itu diberlakukan untuk seluruh karyawan baik yang ada di toko maupun para pengrajin yang berada di Pekanbaru. Untuk modal yang dimiliki oleh Galeri Batik Tabir Riau Rani secara finansial diperoleh melalui tabungan pribadi namun untuk modal yang bersifat non finansial didapatkan melalui bantuan pemerintah provinsi Riau dibawah pimpinan Gubernur Rusli Zainal.

Didalam hal mengerjakan batik Riau milik Galeri Batik Tabir Riau Rani, para pengrajin mengerjakan batik sesuai dengan keinginan dari Ibu Rani selaku pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani. Batik Riau yang dihasilkan memiliki warna yang tidak mencolok seperti batik Riau pada umumnya, dan jika diperhatikan secara sekasama, setiap kain batik Rani tidak ada motif yang sama. Berdasarkan pengamatan peneliti juga, Galeri Batik Tabir Riau Rani

lebih banyak memiliki pelanggan dari kalangan menengah ke atas.

Selama Galeri Batik Tabir Riau Rani berdiri, produk yang di jajahkan berasal dari pabrik yang berada di Pekalongan Jawa Tengah, meskipun begitu ibu Rani selaku pemilik Galeri Batik Tabir Riau Rani tetap berupaya memantau segalanya agar berjalan dengan lancar dan tidak menghambat proses produksi dan pemasaran.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Galeri Batik Tabir Riau Rani merasa dan sangat menyakini bahwa dalam dunia kerajinan batik ini, para oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab yang berupaya untuk menjiplak karya mereka untuk kemudian diolah dan menjualnya dengan harga yang lebih rendah adalah pesaing yang sangat nyata dan sangat di khawatirkan.

Untuk dapat mengetahui lebih jelas daya saing, hambatan, dan upaya apa yang dapat dilakukan oleh Galeri Batik Tabir Riau Rani untuk meningkatkan daya saing usaha tersebut, peneliti akan menggunakan perangkat analisis data berupa diagram SWOT dan matriks SWOT

melalui analisis kuantitatif sebagai berikut

Analisis Daya Saing Ekonomi Kreatif di Kota Pekanbaru (Studi Usaha Sektor Kerajinan Galeri Batik Tabir Riau Rani) Secara Kuantitatif

Dari hasil analisis yang diperoleh dengan menggunakan matriks IFAS, didapatkan bahwa antara perkalian bobot dan rating kekuatan dan kelemahan Galeri Batik Tabir Riau Rani ditemukan sebesar 3,45 kekuatan dan 1,80 kelemahan, sehingga diperoleh selisih sebesar 1,65.

Dari hasil analisis yang diperoleh dengan menggunakan matriks EFAS, didapatkan bahwa antara perkalian bobot dan rating peluang dan ancaman Galeri Batik Tabir Riau Rani ditemukan sebesar 3,90 peluang dan 1,80 ancaman, sehingga diperoleh selisih sebesar 2,1.

1. Matriks SWOT

Berdasarkan analisis matriks SWOT ditemukan beberapa strategi sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO : 1.Menjaga mutu produk dengan tetap menjual produk berkualitas dan menjual produk sesuai dengan keinginan pasar 2.Memaksimalkan kejasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi toko di pasaran	Strategi WO: 1.Melakukan promosi secara maksimal melalui desainer yang sudah bekerjasama 2.Menekan biaya produksi agar harga produk dapat lebih murah untuk menjaga kestabilan penjualan
THREATS (T)	Strategi ST : 1.Memperkuat eksistensi Galeri Batik Tabir Riau Rani di pasar batik Riau 2.Mematangkan perencanaan produksi melalui tenaga ahli agar mengurangi terjadinya <i>human error</i>	Strategi WT: 1.Mengadakan diskon produk untuk menarik konsumen 2.Memberikan pelatihan kepada seluruh karyawan sesuai dengan <i>job desc</i> nya

Sumber : Modifikasi Penulis (2019)

Diagram SWOT

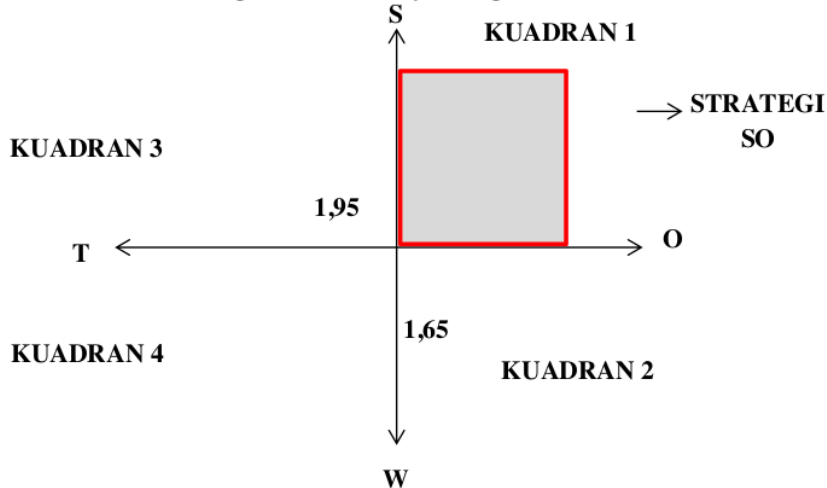
Diagram SWOT dibuat untuk menganalisis lebih lanjut hasil dari matriks IFAS dan EFAS yang telah dijabarkan diatas sesuai dengan pendapat dari pemilik Galeri Batik Tabir Riau Rani, diagram ini juga akan menjelaskan peluang dan

Kekuatan (S) = 3,45
 Kelemahan (W) = 1,80
 Selisih S dan W = (+) 1,65

ancaman yang dihadapi serat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Galeri Batik Tabir Riau Rani, dan nantinya akan menentukan posisi Galeri Batik Tabir Riau Rani untuk menciptakan strategi yang sesuai.

Peluang (O) = 3,75
 Ancaman (T) = 1,80
 Selisih O dan T = (+) 1,95

Gambar 1. Diagram SWOT daya saing Galeri Batik Tabir Riau Rani



Dari hasil analisis diagram SWOT diatas, menunjukkan bahwa Galeri Batik Tabir Riau Rani cocok menggunakan strategi SO karena titik koordinatnya berada pada titik S dan titik O, dengan begitu, Galeri Batik Tabir Riau Rani berada pada kuadran I yang memiliki kekuatan (*Strenght*) di lingkungan internal dan juga memiliki peluang (*Opportunity*) pada lingkungan eksternalnya.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa, Galeri Batik Tabir Riau Rani memiliki peluang besar untuk mampu bersaing di pasar dengan mengandalkan kekuatan yang dimilikinya yang nantinya akan mendorong Galeri Batik Tabir Riau Rani untuk mampu memanfaatkan peluang yang ada. Dengan beradanya Galeri Batik Tabir Riau Rani pada kuadran I (agresif) akan membuat toko ini meningkatkan daya saingnya.

1.1 Startegi SO

Strategi SO adalah bagaimana Galeri Batik Tabir Riau Rani memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk dapat menangkap peluang-peluang yang ada, karena dengan menangkap peluang yang ada dapat meningkatkan daya saing.

Dalam ekonomi kreatif Galeri Batik Tabir Riau Rani strategi SO sangat cocok digunakan untuk menciptakan dan meningkatkan daya saing, dan strategi S-O yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Dengan tetap menjaga mutu produk yang sudah terkenal berkualitas oleh konsumen dapat membuat konsumen yang sudah berlangganan tidak akan lari untuk mencari produk

sejenis yang lebih berkualitas

- b. memaksimalkan kerjasama dengan desainer dapat meningkatkan rating Galeri Batik Tabir Riau Rani di pasar Batik Riau khususnya di kota Pekanbaru dan Galeri Batik Tabir Riau Rani dapat lebih dikenal lagi, tidak hanya di kota asalnya namun juga di luar kota.

Dengan melakukan strategi diatas, Galeri Batik Tabir Riau Rani dapat meningkatkan daya saingnya, sehingga mampu bersaing dengan produk sejenisnya maupun produk lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Analisis pasar dapat disimpulkan bahwa Galeri Batik Tabir Riau Rani memiliki aspek-aspek pasar yang kuat terutama pada pemilihan warna dan desain produk yang mencoba memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar
2. Analisis kompetitor, pada pesaing di pasar batik Riau, Galeri Batik Tabir Riau Rani menganggap tidak ada pesaing yang benar-benar menghalangi pengembangan usaha ini, dan mereka selalu menjalin hubungan baik dengan para pengusaha yang bergerak dibidang yang sama, dan pesaing mampu membuat Galeri Batik Tabir Riau Rani untuk terus berkreativitas dan memberikan yang terbaik untuk konsumen
3. Analisis komunitas, Sejauh ini, Galeri Batik Tabir Riau Rani tidak memiliki komunitas yang berhubungan dengan pecinta batik Riau yang dapat membantu memperkenalkan batik Riau Rani
4. Analisis pemasok Galeri Batik Tabir Riau Rani melakukan pengembangan serta perencanaan dan lainnya sesuai dengan kebutuhan toko dan intruksi dari pemilik usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani
5. Analisis pemerintah, Galeri Batik Tabir Riau Rani tidak merasakan peranan pemerintah selama lima tahun terakhir ini, dan sejauh ini tidak ada kebijakan yang dikeluarkan yang berimbas secara nyata bagi usaha Galeri Batik Tabir Riau Rani
6. Laporan keuangan, Galeri Batik Tabir Riau Rani memiliki laporan buku keuangan yang bermanfaat bagi usaha untuk melaksanakan perencanaan kegiatan usaha selanjutnya.
7. Laporan kegiatan SDM, Galeri Batik Tabir Riau Rani memiliki sumberdaya manusia yang berkualitas, terlihat dari sumberdaya dalam mengelolah toko dan produk yang ada, rendahnya angka *turn-over* pada karyawan menyebabkan Galeri Batik Tabir Riau Rani sudah sembilan tahun tidak melakukan *open recruitment* karyawan.
8. Laporan kegiatan operasional, Dalam proses operasional Galeri Batik Tabir Riau Rani sering mengalami hal diluar perencanaan operasional yang telah ditetapkan dan dapat dikatakan laporan operasional Galeri Batik Tabir Riau Rani tidak dalam posisi yang selalu aman.

9. Laporan kegiatan pemasaran, Galeri Batik Tabir Riau Rani memiliki produk yang dapat bersaing dengan produk lain karena mutu produk yang dimilikinya, namun Galeri Batik Tabir Riau Rani hanya melakukan promosi sekedar melalui *Word Of Mouth* dan sosial media, sehingga mengakibatkan jumlah penjualan yang menurun.

Saran

Beberapa saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini:

1. Harga batik Rani yang relatif mahal, membuat tidak semua kalangan masyarakat dapat menjangkau produk ini. Peneliti menyarankan Galeri Batik Tabir Riau Rani menyediakan sebuah varian produk dengan harga yang lebih ekonomis untuk menjangkau konsumen yang berada pada perekonomian menengah kebawah agar pangsa pasar dapat lebih luas.
2. Kurang dikenalnya batik Riau di kalangan masyarakat dan di luar Provinsi Riau membuat eksistensi usaha ini kurang terkenal. Peneliti menyarankan Galeri Batik Tabir Riau Rani membuka cabang baru di daerah lain, untuk mengembangkan produk sekaligus ikut mempromosikan kearifan lokal Provinsi Riau.
3. Galeri Batik Tabir Riau Rani merasa pesaing terberat di pasar adalah oknum yang tidak bertanggung dengan mencuri desain karya batik Rani. Peneliti menyarankan Galeri Batik Tabir Riau Rani untuk mematenkan

desain karya Batik Rani dan mencari perlindungan HAKI (Hak Kekayaan Intelektual)

DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, 2016, *Geografi pariwisata dan ekonomi kreatif*, Jakarta, Rajawali Pers
- BINUS University, Dare To Think, *Kewirausahaan dan ekonomi kreatif*, Rangkaian Kluster 1,2012,h 1
- Porter. M.E. 1990. The Competitiveness Of Nations, New York: The Free Press.
- Porter, Michael,1998,The Free Press,USA, Competitive Strategy
- Porter, E Michael, 2007, Strategi Bersaing (*competitive strategy*) Teknik Menganalisis Industry Dan Pesaing, Tangerang: KARISMA Publishing Group.
- Punjawan.I.N, 2005, *Supply Chain Mangement*, Jakarta: Guna Widya
- Purnomo Rochmat Aldy, 2016, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, Nulis Buku.com
- Rangkuti Freddy, 1997, *Teknik pembedahan kasus bisnis Analisis SWOT*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rini, Puspa dan Siti, 2010, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Local Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global*, Jurnal UI

- Untuk Bangsa Seri Social Dan Humaniora, Vol.1 Hal 20
- Riva'I Veithzal, Bachtiar, Mulyadi Deddy. 2012. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Rajawali Pers
- Siagian, Sondang P, 2008. *Filsafat Administrasi*, Jakarta :PT Bumi Aksara
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*, Bandung : Penerbit Alfabet
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Penerbit Alfabet
- Suparyanto, RW dan Rosad, 2015, *Manajemen Pemasaran*, Bogor: In Media
- Suryana, 2012, *Ekonomi Kreatif*, Bandung: Salemba Empat
- Tjiptono Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Zulkifli, 2005. *Pengantar Study Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Pekanbaru: UIR Press
- Zulkifli, 2009. *Fungsi-Fungsi Manajemen*. FISIPOL UIR PEKANBARU
- Zulkifli, 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi Dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru: Badan Penerbit FISIPOL UIR
- JURNAL :**
- Anindita, Wicaksono, dan Maulidah, 2017, *Analisis Daya Saing Komoditas Bawang Merah di Kabupaten Kediri*, Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, Vol. 1, No. 1
- Isventina, Nuryartono, dan Hutagaol, 2015, *Analisis Daya Saing Sektor Industri Prioritas Indonesia Dalam Menghadapi Pasar ASEAN*, Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan, Vol. 4, No.1
- Nasution, *Analisis Daya Saing Ekonomi di Kabupaten Labuhanbatu Selatan*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 3, No. 6
- Polnaya dan Darwanto, 2015, *Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah*, Vol. 22, No. 1
- Rosmayani, dan Mardatillah, 2016, *Effect of marketing mix of service to customers loyalty case study of PT Bank Perkreditan Rakyat Pekanbaru City, Indonesia*, Vol. IV, Issue 2
- Rosmayani, Suryana, Suwawihardja, dan Helmi, 2016, *Influence of market orientation and innovation on marketing performance in small industry of Malay woven Textile, Riau Province, Indonesia, Vol.IV, Issue 2*
- Saptana, 2010, *Tinjauan Konseptual Mikro-Makro Daya Saing Dan Strategi*
- Setiawan, Hartono, dan Suryantini, 2014, *Analisis Daya Saing*

Analisis Daya Saing Ekonomi Kreatif di Kota Pekanbaru...
Rosmayani, Rosmita dan Shafira Amalia Ramadhani

*Komoditas Kelapa di
Kabupaten Kupang, Jurnal
Agritech, Vol. 34, No.1*

Sinaga, Napitupulu, dan Damayanti,
2017, *Analisis Daya Saing
Ekspor Pinang Provinsi Jambi
dan Faktor-faktor Yang
Mempengaruhinya*, Jurnal
Ilmiah Sosio Ekonomika Bisnis
Vol. 20, No. 2

Sirait, Edison, dan Elwamendri,
*Analisis Daya Saing Ekspor
Crumb Rubber Provinsi Jambi*,
Jurnal Ilmiah Sosio Ekonomika
Bisnis, Vol. 20, No. 2

Ustriaaji, 2016, *Analisis Daya Saing
Komoditi Ekspor Unggulan
Indonesia di Pasar
Internasional*, Jurnal Ekonomi
Pembangunan, Vol. 14, No. 02

Wardhani dan Agustian, 2016,
*Analisis Faktor-faktor yang
Mempengaruhi Daya Saing
Pada Sentra Industri Makanan
Khas Bangka di Kota Pangkal
Pinang*, Jurnal Akuntansi
Universitas Jember.

Wibowo, rifin, dan Sunarti, 2015,
*Analisis Strategi Pemasaran
Untuk Meningkatkan Daya
Saing UMKM (Studi Pada
Batik Diajeng Solo)*, Jurnal
Administrasi Bisnis (JAB), Vol.
29, No. 1

ANALISIS DAYA SAING EKONOMI KREATIF DI KOTA PEKANBARU

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ lebihkeren.co

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On