

**IDENTIFIKASI DAN PENYUSUNAN STRATEGI BAGI PENGEMBANGAN
EKONOMI KREATIF DALAM PENINGKATAN PEREKONOMIAN DAERAH DI
BEBERAPA KABUPATEN DI PROVINSI RIAU**

FAHRIAL

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau (STIER)

Jln.HR.Subrantas 57 Panam Pekanbaru 28293 Telp.(0761) 63237

E-mail: akbar_stier@yahoo.com

Abstract : The purpose of this study is to identify and formulate strategies for the development of creative economy in improving the regional economy in several districts in Riau Province. The object of research is creative industry spread in small and medium business group (MSME) spread in each research area, that is 30.000 UMKM. The contribution of fishery sector in Indragiri Hilir Regency is analyzed through shift share analysis. The results of the analysis show that there is an increase in the contribution generated, this is due to improvements in resource management in Indragiri Hilir Regency. Assessment of economic base of Indragiri Hilir Regency in this study was calculated using Location Quotient (LQ) analysis. Based on location analysis of Location Quotient, fishery sub sector is base sector for last 5 years. The base sector according to Sjafrizal (2008) is a sector whose activities can generate revenue from outside the region, the sector whose demand function is exogenous and can increase the economic growth of the region and become the backbone of the regional economy because it has a high competitive advantage. Of the sixteen attributes on the aspect of goofness and policy focus, the average of the results of the analysis suggests a poor and a mean score. This score implies that the conditions of regional economic development and creative industries business institutions in Indragiri Hilir Regency are viewed from the aspect of going and low policy focus. So this condition also demands better management through a series of integrated policies. The scores were then analyzed using the Rafed technique. The value of sustainability index of regional economic development and fishery business institution of Indragiri Hilir Regency on the aspect of go-go and the policy focus obtained by Rafed technique is 52,34. Based on the sustainability criteria, the sustainability status on the aspect of going on and the focus of this policy is on a fairly sustainable status. The stress value obtained on the Aspect of Going Out and Policy Focus is 0.1392 (13.92 percent) or still below 25 percent so Rafed's analysis meets the condition of good of fit. The value of R2 obtained is 95.27 percent, which means the model using the current variables has explained 95.27 percent of the existing model. The result of leverage analysis for the aspect of go-go and the policy focus on regional economic development and creative industry business institution of Indragiri Hilir Regency that there is no dominant attribute influence the sustainability of regional economic development and creative industry business institution of Indragiri Hilir Regency from Aspect of Going and Policy Focus, the highest leverage factor values are Community Development Policy, Interregional / Local Government Cooperation Policy and Business Competition Policy

Keywords: Strategies For Creative Economic Development

Pendahuluan

Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2007) “ekonomi gelombang ke-4 adalah kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”. Sebelumnya Alvin Tofler dalam bukunya *Future Shock* (1970) mengungkapkan bahwa “peradaban manusia terdiri dari 3 gelombang; gelombang pertama adalah abad pertanian, gelombang kedua adalah abad industri dan gelombang ketiga adalah abad informasi” (dalam Nenny, 2008). Pergeseran dari Era Pertanian ke Era Industrialisasi, disusul dengan era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi informasi maupun globalisasi ekonomi, telah membawa peradaban baru bagi manusia.

Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi. Menurut Departemen Perdagangan, (2007) ada beberapa arah dari pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*); (2) lapangan usaha kreatif (*creative industry*), atau (3) Hak Kekayaan

Intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*).

Aspek-aspek ekonomi kreatif dinilai menjadi sangat penting disaat telah diberlakukannya otonomi daerah, berdasarkan UU No. 22 tahun 1999 yang menyebabkan setiap daerah perlu berkompetisi secara positif dengan daerah lain dalam meraih perhatian (*attention*), pengaruh (*influence*), pasar (*market*), tujuan bisnis & investasi (*business&investment destination*), turis (*tourist*), tempat tinggal penduduk (*residents*), orang-orang berbakat (*talents*), pelaksanaan kegiatan (*events*).

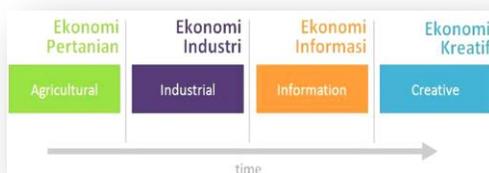
Pengembangan ekonomi Kreatif di Provinsi Riau memiliki peluang yang sangat besar. Dengan Jumlah UKM (tahun 2013) terdiri dari 483.610 yang tersebar di kabupaten kota, diantaranya 365.678 adalah Usaha Mikro, 111.127 adalah usaha kecil dan sekitar 6.715 adalah usaha menengah. Selanjutnya dengan jumlah Koperasi sekitar 5.013, dimana diantaranya sekitar 1.254 adalah koperasi aktif, sisanya tidak aktif. Mayoritas ruang lingkup lapangan uaha berada pada sektor pertanian dan yang paling dominan untuk dikembangkan di samping sektor-sektor lainnya. Namun masih terdapat masalah yang sedang dihadapi diantaranya masalah yang paling dominan dan beririsan dengan konsep ekonomi kreatif adalah Sumber Daya Insani. Oleh karena itu perlunya pengembangan ekonomi kreatif untuk masing-masing sektor harus dengan melakukan *Cluster Approach*, *Kolaborasi*, *Segment Strategies* dan Membangun Infrastruktur ekonomi.

Menurut *Chris Bilton*, ditinjau dari aspek manajemen dan psikologi, istilah “kreativitas” mengandung 2 (dua) aspek. Pertama, kreativitas berkaitan dengan sesuatu yang baru atau berbeda, atau “*a deviation from conventional tools and perspectives*”. Kedua, istilah tersebut berarti bahwa individu harus diberikan kebebasan untuk mengekspresikan bakat dan visi

mereka (aspek manajemen) atau bahwa sesuatu yang baru tersebut harus bermanfaat bagi publik (aspek psikologi).¹ Sementara itu, istilah “Industri Kreatif” sebagai inti dari konsep “Ekonomi Kreatif” pertama kali diungkapkan oleh Pemerintah Inggris, yang sekaligus merupakan pionir di bidang industri kreatif. Adapun definisi yang dikemukakan adalah: *“those activities 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”*.

Konsep Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Struktur perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) sekarang menjadi berbasis SDM, dari era pertanian ke era industri dan informasi. Alvin Toffler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide kreatif.

Tabel 1. Kelompok Ilmu Ekonomi secara profesional



Departemen Perdagangan (2008) mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut. Klasifikasi industri kreatif yang ditetapkan oleh tiap negara berbeda-beda. Tidak ada benar dan salah dalam pengklasifikasian industri kreatif. Hal tersebut tergantung dari tujuan analitik dan potensi suatu negara. Industri kreatif terbagi menjadi 14 sektor antara lain periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangannya.

Kathrin Muller, Christian Rammer, dan Johannes Truby (2008) mengemukakan tiga peran industri kreatif terhadap inovasi ekonomi dalam penelitiannya di Eropa. *Yang pertama*, industri kreatif adalah sumber utama dari ide-ide inovatif potensial yang berkontribusi terhadap pembangunan/inovasi produk barang dan jasa. *Kedua*, industri kreatif menawarkan jasa yang dapat digunakan sebagai input dari aktivitas inovatif perusahaan dan organisasi baik yang berada di dalam lingkungan industri kreatif maupun yang berada diluar industri kreatif. *Terakhir*, industri kreatif menggunakan teknologi secara intensif sehingga dapat mendorong inovasi dalam bidang teknologi tersebut.

Menurut Departemen Perdagangan RI (2008) ekonomi kreatif merupakan era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Ekonomi kreatif merupakan wujud dari

upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas. Berkelanjutan diartikan sebagai suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumberdaya yang terbarukan. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumberdaya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta dan kreativitas. Dalam ekonomi kreatif itu sendiri terdapat bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif, yaitu industri kreatif.

Menurut Betti Alisjahbana (2009) terdapat tiga hal potensial dalam ekonomi kreatif, yaitu Knowledge Creative (Pengetahuan yang kreatif), Skilled Worker (pekerja yang berkemampuan), Labor Intensive (kekuatan tenaga kerja) untuk dapat dipergunakan kepada begitu banyak ruang dalam industri produk kreatif yang terus berkembang di Indonesia, seperti crafts, advertising, publishing and printing, television and radio, architecture, music, design, dan fashion.

Salah satu model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model New England kreatif Community. Menurut Mt Autburn terdapat tiga komponen inti dan komponen pendukung dalam ekonomi kreatif daerah, yakni:

- (1) ***The Creative Cluster***, yaitu perusahaan atau individu yang menghasilkan secara langsung atau tidak langsung produk budaya
- (2) ***The Creative Workforce***, yakni pemikir atau pelaksana yang dilatih secara khusus dalam keterampilan budaya atau artistik yang mendorong kepemimpinan industri tidak hanya terbatas pada seni dan budaya.
- (3) ***The Creative Community***, yakni area geografis dengan konsentrasi dari pekerjaan kreatif, bisnis kreatif dan komuniti organisasi budaya

Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka pemikiran dalam pelaksanaan kajian identifikasi dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif. Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Di beberapa kabupaten di Provinsi Riau ialah melakukan identifikasi dan menganalisis pengembangan ekonomi kreatif melalui pendekatan analisis ilmu ekonomi.

Kegiatan identifikasi dan Penyusunan Strategi bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Perekonomian dilakukan untuk menjawab permasalahan bagaimana meningkatkan daya saing industri yang berbasis ekonomi kreatif di setiap daerah secara berkelanjutan melalui pendekatan pengembangan potensi ekonomi kerakyatan sesuai paradigm baru yang sedang berkembang. Potensi sumber daya alam daerah dan didukung oleh kemampuan sumber daya dan penguasaan teknologi serta dukungan infrastuktur akan menjadi kapabilitas Provinsi Riau.

Jika kapabilitas daerah tersebut memiliki keunikan, nilai tambah ekonomi, peluang pasar yang baik dan sulit digantikan, maka ini akan menjadi suatu keunggulan bagi daerah dimasa akan datang, yang berarti Provinsi Riau akan memiliki daya saing dibanding daerah lain. Apabila pemanfaatan potensi tersebut didukung oleh seluruh *stakeholder* daerah dalam sebuah kegiatan usaha yang memproduksi barang atau jasa maka hal ini akan menciptakan kompetensi inti industri daerah.

Kerangka Analisa Penelitian

Dalam penetapan potensi sektor ekonomi kreatif, dilakukan melalui beberapa tahap analisis, secara umum kerangka analisisnya dari tahapan perumusan potensi dan pemanfaatannya pada akhirnya adalah penetapan rencana tindak (*roadmap*) selama 10 tahun ke depan dalam pengembangan ekonomi kreatif beberapa daerah Provinsi Riau.

Metode Penelitian

Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Penelitian

Penelitian ini direncanakan selesai dalam waktu 60 (enam puluh) hari kalender atau 2 (dua) bulan. Selanjutnya penelitian ini akan dilaksanakan di 3 (tiga) Kabupaten di Provinsi Riau yakni:

- 1) Kabupaten Kuantan Singingi
- 2) Kabupaten Rokan Hulu, dan
- 3) Kabupaten Indragiri Hilir

Objek, Populasi dan Sampel Penelitian

- 1) Objek penelitian adalah industri kreatif yang tersebar pada kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tersebar di masing masing daerah penelitian. Jumlah kelompok (group ekonomi kreatif) yang diambil sebagai sampel harus secara acak (random) berdasarkan 14 (empat belas) subsektor ekonomi kreatif yang telah ditetapkan oleh Pemerintah sebagai fokus pengembangan ekonomi kreatif, kemudian unsur-unsur penelitian dalam kelompok tersebut diteliti secara keseluruhan. Selanjutnya :
- 2) Populasi dalam penelitian ini bersifat heterogen berdasarkan 14 (empat belas) subsektor ekonomi kreatif / kemungkinan ada di daerah sehingga dilakukan penarikan sampel dengan menggunakan teknik *purposive random sampling (sampel acak berdasarkan tujuan tertentu)*. Dengan cakupan wilayah penelitian untuk n 3 kabupaten, maka ditetapkan satu wilayah berjumlah: 10000 jenis industri kreatif berdasarkan 14 (empat belas) subsektor ekonomi kreatif / kemungkinan ada di daerah. Dengan demikian dianggap total populasi adalah: 10000 (industri kreatif) x 3

wilayah = 30000 jenis IK. etelah menetapkan populasi, dan dianggap sampelnya sudah diketahui secara pasti, maka sampelnya bersifat **probability sampling** yakni memungkinkan setiap unsur populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih berdasarkan rumus slovin:

$$\frac{n}{Nd^2 + 1}$$

$$\frac{30000}{30000 (0,1)^2 + 1} = \frac{30000}{301} = 99,67 = 100$$

Variabel Penelitian

- 1) **Identifikasi.** Yakni identifikasi Industri Kreatif yang tersebar pada kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM. Yakni Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari : (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta (5) sumbangannya dalam pendapatan daerah
- 2) **Strategi.** merupakan langkah-langkah berisikan program-program indikatif untuk mewujudkan visi dan misi. Strategi Dinas Koperasi dan UMKM merupakan rencana yang menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya pemberdayaan ekonomi kreatif yang akan dilaksanakan untuk

mewujudkan visi dan misi pembangunan daerah.

- 3) **Pengembangan Ekonomi Daerah.** Pemanfaatan potensi industri kreatif untuk mendorong pengembangan ekonomi regional (*economic regional development*) serta menjamin keberlanjutan potensi dan menciptakan pasar industri kreatif pada skala lokal dan regional, maka perlu kerjasama secara regional antara daerah yang satu dengan lainnya dalam pengembangan dimasa akan datang.

3. Metode Penelitian dan Teknik Sampling

- 1) Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah metode ***Analisis Kuantitatif dengan melaksanakan survey lapangan***. Dengan metode tersebut dapat diketahui dan dapat deskripsikan proses identifikasi dan penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian dengan tingkat pertumbuhan ekonomi kreatif pada tingkat lokal daerah penelitian, kemudian membandingkan dengan ***competitive advantages (keunggulan kompetitive) dan komparasi antar daerah***.
- 2) Sasaran sampling ditentukan kepada satu strata, yaitu masyarakat pada kelompok industri kreatif dan asumsi sasaran berdasarkan strata adalah homogen, maka metode pengumpulan data menggunakan teknik purposive atau judgement sampling yaitu teknik pengumpulan data yang telah diberi penjelasan oleh peneliti dan mengambil siapa saja yang menurut pertimbangannya sesuai dengan maksud dan tujuan

penelitian. Dalam penelitian ini pendekatan pengambilan sampel didasarkan menurut pendapat Uma Sakaran, yaitu berkisar antara 30-100 sampel, dan dalam pelaksanaan penelitian penentuan sampel yang teridentifikasi disampling dengan sebaran terbagi di tiga kabupaten kota. Sedikitnya jumlah sampel yang diambil dalam hal ini di dasarkan bahwa di ke tiga kabupaten kota tersebut hanya terdapat sedikit sampel yang relevan untuk dijajaki sehingga kesemua sampel yang ada dimungkinkan untuk diambil keseluruhan.

- 3) Pada tahapan ini juga dilakukan inventarisasi data yang sudah ada sebagai data atribut yang ada dapat menunjang dalam kegiatan ini adalah data atribut infrastruktur dan ekonomi, sektor usaha yang terdiri atas tingkat kecamatan dan didapatkan dari sumber terkait baik dari segi instansi maupun hasil kajian pokok Badan Pusat Statistik dan pada Dinas terkait.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data terdiri atas data-data dasar, jumlah penduduk, mata pencaharian, luas wilayah, persebaran jumlah Koperasi dan UKM, dan data lain yang berkaitan dengan kajian identifikasi dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian. Jenis dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini .

a) Analisis Deskriptif

- 1) Analisis deskriptif digunakan untuk mengkaji potensi dan keadaan pengembangan ekonomi kreatif di masing masing wilayah , selain itu analisis deskriptif juga digunakan

untuk mempelajari program serta karakteristik dan keragaman kelembagaan yang ada di setiap daerah penelitian. Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui sebaran kuesioner tersebut, dilakukan interpretasi dan generalisasi keadaan masyarakat wilayah yang melakukan kegiatan dan aktifitas ekonomi kreatif dengan adanya kebijakan yang ditetapkan oleh Pemerintah daerah masing masing wilayah penelitian.

- 2) Analisis deskriptif ini difokuskan kepada beberapa hal yaitu kelembagaan modal, pasar, serta kondisi sosial masyarakat yang ada di setiap wilayah sesuai dengan beberapa daerah kabupaten kota yang telah ditetapkan. Aspek modal sangat penting masyarakat ekonomi kreatif untuk melakukan aktivitas usahanya Juga diperlukan sarana dan prasarana untuk investasi maupun biaya oprasional.
- 3) Aspek pasar juga sangat penting terutama untuk menjual hasil produksi. Masuknya produk import tentunya akan memberikan daya saing semakin tinggi, kalahnya kualitas produk membuat pelaku usaha susah untuk memasarkan atau menjual hasil usahanya. Berdasarkan data yang diperoleh nantinya akan di analisis sehingga didapatkan alternatif pemecahan masalah yang dihadapi oleh para pelaku ekonomi kreatif. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat usaha ekonomi kreatif yang telah dikembangkan di maing masing wilayah penelitian. Analisis usaha ini meliputi beberapa analisis yaitu : Analisis usaha, Analisis pemasaran, Analisis bahan Baku, Analisis SDM,

keuangan dan dukungan pengembangan .

b) Analisis Location Quotient (LQ)

Langkah pertama yang dilakukan dalam analisis LQ adalah menentukan sektor apa saja yang potensial sebagai sektor basis. Pengukuran tidak langsung digunakan metode LQ yaitu perbandingan kontribusi usaha/sektor di wilayah penelitian menjadi pendapatan secara keseluruhan. PDRB Provinsi Riau sebagai sumber analisis LQ berdasarkan pendapatan sektor ekonominya dan sebaran tenaga kerja pada sektor dan sub sektor. Pengukuran statistik diukur secara time series pada 5 (lima) titik waktu, yaitu tahun 2010, 2011, 2012, 2013 dan semester pertama tahun 2014. Persamaan dari LQ yang digunakan adalah :

Dimana :

$V_i =$ Pendapatan (tenaga kerja) sektor i pada tingkat kecamatan

$v_t =$ Pendapatan (tenaga kerja) total kabupaten

$V_i =$ Pendapatan (tenaga kerja) sektor i pada tingkat provinsi

$V_t =$ Pendapatan (tenaga kerja) total provinsi

Apabila LQ suatu sektor ≥ 1 , maka sektor tersebut merupakan sektor basis. Penentuan sektor basis berdasarkan hasil persamaan LQ disetiap titik waktu yang konsisten, bukan hanya ditentukan oleh standar indeks pada reratanya.

Sedangkan bila LQ < 1 , maka sektor tersebut merupakan sektor non basis. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menentukan LQ adalah :

Mendata semua sektor yang ada.

Mencari jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh sektor di setiap kabupaten kota yang telah ditetapkan sebagai daerah penelitian.

Mencari jumlah pendapatan di seluruh Kabupaten kota

Identifikasi Dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Di Beberapa Kabupaten Di Provinsi Riau(Fahrial)

Melakukan perhitungan dengan rumus yang ada.

$$LQ = \frac{V_i/V_t}{V_i/V_t}$$

c) **Analisis Multi Criteria Decision Making (MCDM)**

Identifikasi dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian melalui Pendekatan MCDM mulai dikembangkan untuk mengakomodir berbagai kriteria yang dihadapi dan relevan dalam pengambilan keputusan, tanpa harus mengkonversikan kepengukuran moneter dan proses normalisasi. MCDM digunakan untuk menentukan prioritas dalam mengembangkan potensi ekonomi wilayah dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi, sosial dan ekologi yang menjadi karakteristik pada tiga wilayah kabupaten. Analisis MCDM ini digunakan pada penelitian ini berdasarkan pernyataan Jankowski (1990) dalam Subandar (2002) bahwa kebanyakan permasalahan pengambilan keputusan, pemberian nilai pada masing-masing kriteria mengekspresikan perkiraan dan dampak yang diadopsi dari alternatif yang sudah ada. Akibatnya, keputusan yang diambil cenderung tidak tepat, tidak pasti, tidak konsisten dan tidak akurat. Dalam MCDM ini ditentukan beberapa kriteria sebagai berikut :

1. Kriteria Ekonomi : terdiri dari sub kriteria pendapatan, sumber modal dan akses pasar.
2. Kriteria Sosial Budaya : terdiri dari sub kriteria persepsi masyarakat terhadap penyerapan tenaga kerja dan partisipasi masyarakat dalam industri kreatif

3. Kriteria Ekologi yang terdiri dari sub kriteria ketersediaan stok (bahan baku)
4. Kriteria Kelembagaan : terdiri dari sub kriteria lembaga lokal ; peran kelembagaan dan efektivitas kelembagaan serta dukungannya terhadap pengembangan ekonomi kreatif.

Hasil dan Pembahasan

1. Lingkup Kegiatan Ekonomi Kreatif Nasional.

Lingkup kegiatan dari ekonomi kreatif dapat mencakup banyak aspek. Departemen Perdagangan (2008) mengidentifikasi setidaknya 14 sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu :

1. Periklanan
2. Arsitektur
3. Pasar barang seni
4. Kerajinan (*handicraft*)
5. Desain
6. *Fashion*
7. Film, video, dan fotografi
8. Permainan interaktif
9. Musik
10. Seni pertunjukan
11. Penerbitan dan percetakan
12. Layanan komputer dan piranti lunak
13. Radio dan televisi
14. Riset dan pengembangan

Bila dilihat luasan cakupan ekonomi kreatif tersebut, sebagian besar merupakan sektor ekonomi yang tidak membutuhkan skala produksi dalam jumlah besar. Tidak seperti industri manufaktur yang berorientasi pada kuantitas produk, industri kreatif lebih bertumpu pada kualitas sumber daya manusia. Industri kreatif justru lebih banyak muncul dari kelompok industri kecil menengah. Sebagai contoh, adalah industri kreatif berupa *distro* yang sengaja memproduksi desain produk dalam jumlah kecil. Hal

Identifikasi Dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Di Beberapa Kabupaten Di Provinsi Riau(Fahrial)

tersebut lebih memunculkan kesan eksklusifitas bagi konsumen sehingga produk *distro* menjadi layak untuk dibeli dan bahkan dikoleksi. Hal yang sama juga berlaku untuk produk garmen kreatif lainnya, seperti Dagadu dari Jogja atau Joger dari Bali. Kedua industri kreatif tersebut tidak memproduksi dalam jumlah besar namun eksklusifitas dan kerativitas desain produknya digemari konsumen.

Walaupun tidak menghasilkan produk dalam jumlah banyak, industri kreatif mampu memberikan kontribusi positif yang cukup signifikan terhadap perekonomian nasional. Departemen Perdagangan (2008) mencatat bahwa kontribusi industri kreatif terhadap PDB di tahun 2002 hingga 2006 rata-rata mencapai 6,3% atau setara dengan 152,5 triliun jika dirupiahkan. Industri kreatif juga sanggup menyerap tenaga kerja hingga 5,4 juta dengan tingkat partisipasi 5,8%. Dari segi ekspor, industri kreatif telah membukukan total ekspor 10,6% antara tahun 2002 hingga 2006.

Merujuk pada angka-angka tersebut di atas, ekonomi kreatif sangat potensial dan penting untuk dikembangkan di Indonesia. Dr. Mari Elka Pangestu dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 menyebutkan beberapa alasan mengapa industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia, antara lain :

1. Memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan;
2. Menciptakan iklim bisnis yang positif;
3. Membangun citra dan identitas bangsa ;
4. Berbasis kepada sumber daya yang terbarukan;
5. Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa;
6. Memberikan dampak sosial yang positif.

Salah satu alasan dari pengembangan industri kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut.

Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif pada kota-kota di Indonesia, industri kreatif lebih berpotensi untuk berkembang pada kota-kota besar atau kota-kota yang telah “dikenal”. Hal ini terkait dengan ketersediaan sumber daya manusia yang handal dan juga tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik dibanding kota-kota kecil. Namun demikian, hal itu tidak menutup kemungkinan kota-kota kecil di Indonesia untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Bagi kota-kota kecil, strategi pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan memanfaatkan *landmark* kota atau kegiatan sosial seperti festival sebagai *venue* untuk mengenalkan produk khas daerah (Susan, 2004). Salah satu contoh yang cukup berhasil menerapkan strategi ini adalah Taluk Kuantan dengan Pacu Jalur. Festival yang digelar satu tahun sekali tersebut mampu menarik sejumlah turis untuk berkunjung dan melihat potensi industri kreatif yang ada di Taluk Kuantan.

Bertolak dari kasus Taluk Kuantan dan Bagan Siapi-api Rohil dengan Tradisi Bakar Tongkang, sejatinya sejumlah kota di Indonesia berpotensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Indonesia dikenal sebagai negara dengan banyak suku bangsa dan budaya. Sebuah kota dapat merepresentasikan budayanya melalui cara-cara yang unik, inovatif, dan kreatif. Pada gilirannya, pengembangan ekonomi kreatif tersebut juga akan berdampak pada perbaikan lingkungan kota, baik secara estetis ataupun kualitas lingkungan.

2. Kondisi Ekonomi Kreatif di Provinsi Riau.

a. KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

1) Analisis Ekonomi Wilayah

Kontribusi sektor perikanan di Kabupaten Indragiri Hilir dianalisis melalui analisis *shift share*. Hasil analisis menunjukkan terjadi peningkatan kontribusi yang dihasilkan, hal ini disebabkan karena terjadi perbaikan pengelolaan sumberdaya di Kabupaten Indragiri Hilir.

Penilaian basis ekonomi Kabupaten Indragiri Hilir dalam penelitian ini dihitung menggunakan analisis *Location Quotient* (LQ). Berdasarkan hasil analisis *Location Quotient*, sub sektor perikanan merupakan sektor basis selama 5 tahun terakhir. Sektor basis menurut Sjafrizal (2008) merupakan sektor yang kegiatannya dapat mendatangkan pendapatan dari luar wilayah, sektor yang fungsi permintaanya bersifat *exogenous* dan dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian wilayah serta menjadi tulang punggung perekonomian daerah karena mempunyai keuntungan kompetitif (*competitive advantage*) yang cukup tinggi.

2) Aspek Kesinergian dan Fokus Kebijakan

Atribut pada aspek kesinergian dan fokus kebijakan terdiri atas enam belas atribut, skor pada aspek kesinergian dan fokus kebijakan seimbang antara kondisi baik dan buruk.

Dari enam belas atribut pada aspek kesinergian dan fokus kebijakan, rata-rata hasil analisis mengemukakan skor buruk dan sedang. Skor ini menyiratkan bahwa kondisi pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha industri kreatif di Kabupaten Indragiri Hilir ditinjau dari aspek kesinergian dan fokus kebijakan tergolong rendah. Sehingga kondisi ini juga menuntut pengelolaan yang lebih baik melalui serangkaian kebijakan yang

terpadu. Nilai skor ini kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik Rafed.

Nilai indeks keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan Kabupaten Indragiri Hilir pada aspek kesinergian dan fokus kebijakan yang diperoleh dengan teknik Rafed adalah 52,34. Berdasarkan kriteria keberlanjutan maka status keberlanjutan pada aspek kesinergian dan fokus kebijakan ini berada pada status cukup berkelanjutan. Nilai stress yang diperoleh pada Aspek Kesinergian dan Fokus Kebijakan adalah 0,1392 (13,92 persen) atau masih dibawah 25 persen sehingga analisis Rafed sudah memenuhi kondisi *good of fit*. Nilai R^2 yang diperoleh adalah 95,27 persen yang berarti model dengan menggunakan peubah-peubah saat ini sudah menjelaskan 95,27 persen dari model yang ada.

Hasil analisis *leverage* untuk aspek kesinergian dan fokus kebijakan pada pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha industri kreatif Kabupaten Indragiri Hilir bahwa tidak ada atribut yang paling dominan mempengaruhi keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha industri kreatif Kabupaten Indragiri Hilir dari Aspek Kesinergian dan Fokus Kebijakan, namun terdapat nilai faktor pengungkit tertinggi yaitu Kebijakan pengembangan komunitas, Kebijakan kerjasama antar daerah/ pemda dan Kebijakan persaingan usaha.

3. KABUPATEN ROKAN HILIR

1) Analisis Ekonomi Wilayah

Penilaian basis ekonomi Kabupaten Rokan Hilir dalam penelitian ini dihitung menggunakan analisis *Location Quotient* (LQ). Berdasarkan hasil analisis *Location Quotient*, sub sektor perikanan merupakan sektor basis selama 5 tahun terakhir. Sektor basis menurut Sjafrizal (2008) merupakan

sektor yang kegiatannya dapat mendatangkan pendapatan dari luar wilayah, sektor yang fungsi permintaannya bersifat *exogenous* dan dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian wilayah serta menjadi tulang punggung perekonomian daerah karena mempunyai keuntungan kompetitif (*competitive advantage*) yang cukup tinggi. Perkembangan nilai LQ.

Melalui hasil analisis ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa sub sektor usaha industri kreatif di Kabupaten Rokan Hilir memiliki nilai LQ >1, artinya sektor tersebut tergolong basis. Melihat perkembangan kenaikannya, terdapat peluang untuk meningkatkan hasil produksi ataupun kontribusi, sehingga perlu adanya kebijakan dalam mengembangkan sektor tersebut.

Hasil analisis *stakeholder* menetapkan beberapa *stakeholder* primer yang akan diikutsertakan dalam merumuskan model pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha industri kreatif di Kabupaten Rokan Hilir. *Stakeholder* primer adalah **Pemerintah Daerah (Dinas Terkait), Asosiasi Pengusaha Kecil, Lembaga Keuangan, Pemilik Usaha Lokal, Investor/Pengusaha Luar.** *Stakeholder* primer yang diperoleh pada tahapan analisis ini memiliki peran dan tanggung jawab yang besar dalam rangka menjawab tantangan pengembangan ekonomi kreatif dan kelembagaan usaha industri kreatif berkelanjutan di Kabupaten Rokan Hilir.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa dari enam belas atribut yang dianalisis ada empat atribut yang paling sensitif mempengaruhi keberlanjutan di Kabupaten Rokan Hilir, yaitu pusat layanan investasi, promosi produk perikanan dari pemerintah daerah, upaya fasilitas pemodal dari pemerintah, Upaya Pemda untuk Peningkatan Teknologi, Manajemen dan Kelembagaan Lokal.

2) Aspek Faktor Lokasi

Dari tujuh belas atribut pada Aspek Faktor Lokasi, skor pada Aspek Faktor Lokasi berada pada posisi sedang. Hasil analisis Tabel 5.3. menunjukkan realitas data berupa skor-skor pada masing-masing atribut dalam Aspek Faktor Lokasi. Penilaian untuk faktor lokasi lain seperti *other income*, orientasi pasar dan lain lain, didasarkan pada hasil wawancara dengan responden terpilih sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan strategi kebijakan.

Nilai koefisien determinasi (selang kepercayaan) yang diperoleh (R^2) sebesar 95,34 persen yang berarti model dengan menggunakan peubah-peubah saat ini sudah menjelaskan 95,34 persen dari menunjukkan beberapa nilai statistik yang diperoleh dengan menggunakan metode MDS.

4. KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI

1) Analisis Ekonomi Wilayah

Penilaian basis ekonomi Kabupaten Meranti dalam penelitian ini dihitung menggunakan analisis *Location Quotient* (LQ). Sektor basis menurut Sjafrizal (2008) merupakan sektor yang kegiatannya dapat mendatangkan pendapatan dari luar wilayah, sektor yang fungsi permintaannya bersifat *exogenous* dan dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian wilayah serta menjadi tulang punggung perekonomian daerah karena mempunyai keuntungan kompetitif (*competitive advantage*) yang cukup tinggi.

Melalui hasil analisis ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa sub sektor perikanan di Kabupaten Meranti memiliki nilai LQ <1, artinya sektor tersebut tergolong non basis.

Analisis *stakeholder* perlu dilakukan untuk menentukan pihak-pihak yang berkompeten dalam merumuskan kebijakan tersebut. Schmeer (2007) menyatakan analisis ini merupakan proses sistematis

untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi secara kualitatif dalam menentukan kepentingan siapa yang harus diperhitungkan ketika mengembangkan atau menerapkan suatu kebijakan.

Kepentingan *stakeholder* dalam model pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha industri kreatif dipeengaruhi oleh aspek lain yaitu, aspek faktor lokasi, aspek kesinergian dan fokus kebijakan, aspek perikanan berkelanjutan, aspek tata pemerintahan, aspek proses manajemen dan kelembagaan. Pengaruh *stakeholder* yang berbeda-beda dalam kebijakan ini disebabkan oleh faktor politik, birokrasi dan struktural. Hasil dari kajian analisis kelembagaan digunakan sebagai dasar dalam penyusunan matriks kepentingan dan pengaruh *stakeholder* dalam kebijakan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha.

Hasil analisis *leverage* untuk aspek kesinergian dan fokus kebijakan pada pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha Kabupaten Kepulauan Meranti dapat dilihat pada Gambar 5.57. Berdasarkan Gambar 5.57 diketahui bahwa terdapat atribut yang paling dominan mempengaruhi keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan Kabupaten Kepulauan Meranti dari Aspek Kesenjangan dan Fokus Kebijakan yaitu kebijakan peningkatan peran perusahaan daerah dan kebijakan persaingan usaha.

Diketahui bahwa terdapat atribut yang paling dominan mempengaruhi keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan Kabupaten Kepulauan Meranti dari aspek perikanan berkelanjutan yaitu Jumlah perusahaan yang melakukan Inovasi pengembangan produk dan pasar.

2) Aspek Proses Manajemen dan Kelembagaan

Dari tujuh belas atribut pada aspek proses manajemen dan kelembagaan, skor pada Aspek ini berada pada posisi sedang dan buruk. Hasil analisis Tabel 5.53 menunjukkan realitas data berupa skor-skor pada masing-masing atribut dalam aspek proses manajemen dan kelembagaan. Penilaian untuk faktor kelembagaan didasarkan pada hasil wawancara dengan responden terpilih sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan strategi kebijakan.

Skoring pada aspek proses manajemen dan kelembagaan kemudian dianalisis dengan metode MDS menggunakan teknik Rafed. Hasil yang diperoleh akan menunjukkan nilai indeks keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan dari aspek proses manajemen dan kelembagaan. Hasil analisis dengan menggunakan teknik Rafed dapat dilihat pada Gambar 5.6.

Nilai skor keberlanjutan pada aspek proses manajemen dan kelembagaan yang diperoleh adalah 62,94. Berdasarkan klasifikasi kondisi atau status keberlanjutan maka kondisi keberlanjutan dari aspek proses manajemen dan kelembagaan berada pada status cukup berkelanjutan. Dari hasil analisis Rafed juga diperoleh nilai stress dan nilai R^2 . Nilai stress yang diperoleh untuk aspek proses manajemen dan kelembagaan adalah 13,40 persen. Nilai stress yang didapat sudah memenuhi kondisi fit atau hasil analisis yang didapat cukup baik karena $S < 25$ persen.

Nilai koefisien determinasi (selang kepercayaan) yang diperoleh (R^2) sebesar 95,41 persen yang berarti model dengan menggunakan peubah-peubah saat ini sudah menjelaskan 95,41 persen dari model yang ada.

Hasil analisis faktor/atribut pengungkit (*leverage attributes*) untuk aspek proses

manajemen dan kelembagaan pada pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan ditunjukkan pada Gambar 5.63. Gambar 5.63. menunjukkan bahwa ada dua faktor pengungkit utama aspek keberlanjutan aspek proses manajemen dan kelembagaan yaitu; Sinkronisasi lintas sektoral dan spasial dalam perencanaan PEP.

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas seperti yang ditampilkan pada Gambar 5.63, dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut sensitif memiliki peran dalam keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan. Atribut sensitif ini dapat berfungsi sebagai penunjang bagi atribut lain dalam rangka ekonomi perikanan berkelanjutan.

1.1. Fitness, Tingkat Kepercayaan, Stabilitas Atribut dan Analisis Montecarlo

Nilai stress untuk keenam aspek adalah kurang dari 0,20 yang menunjukkan hasil analisis yang baik. Nilai stress menggambarkan *goodness of fitness* dalam *multi-dimensional scaling* yaitu ukuran ketepatan suatu konfigurasi dapat mencerminkan data aslinya. Nilai stress yang rendah mencerminkan kategori *goodness of fitness* yang sempurna, dengan batas tertinggi menurut Kruskal dan Wish (1979) dalam Kavanagh et al. (2001) adalah maksimal sebesar 0,20.

Nilai kuadrat korelasi (R^2) untuk semua aspek diatas 94% yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan (koefisien determinasi) terhadap hasil analisis multidimensi untuk penilaian status keberlanjutan lingkungan hidup Kabupaten Meranti dapat dipercaya dan dapat dipertanggung-jawabkan. Hasil estimasi proporsi ragam data dapat dijelaskan oleh teknik analisis ini secara memadai, dimana nilai R^2 yang diinginkan adalah >80% (Kavanagh 2001).

Analisis Monte Carlo dilakukan untuk melihat tingkat gangguan (*perturbation*) terhadap nilai ordinasi sehingga dapat diketahui seberapa jauh hasil analisis dapat dipercaya (Purnomo. 2012). Kestabilan dapat dilihat dari pencaran (*scatter*) plot, dimana semakin jauh pencaran plot setiap atribut dari nilai ordinasi maka tingkat gangguannya dianggap besar. Dengan menggunakan pengulangan (*repeat*) dihasilkan grafik Monte Carlo untuk semua yang menunjukkan pencaran plot berjarak dekat satu sama lain serta terfokus (berhimpitan) pada nilai ordinasi setiap aspek. Dengan demikian kestabilan data atribut dalam analisis yang dilakukan untuk menilai status keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha Kabupaten Meranti masuk dalam kategori tinggi dengan tingkat gangguan yang cukup besar.

Analisis monte carlo merupakan serangkaian proses simulasi yang berlangsung untuk menguji pengaruh dari beragam kekeliruan (ketidak-pastian), baik yang berkenaan dengan skoring maupun dalam proses ordinasi status keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha. Menurut Law dan Kelton (2000), simulasi Monte Carlo yang umumnya statik, digunakan untuk memecahkan permasalahan stokastik atau deterministik tertentu. Tabel 5.8 menyajikan perbandingan indeks keberlanjutan hasil MDS dengan hasil analisis monte carlo.

Hasil perbandingan antara analisis monte carlo dengan selang kepercayaan 95 persen dan analisis MDS (Tabel 5.8) menunjukkan bahwa nilai indeks keberlanjutan yang didapat pada setiap aspek tidak banyak mengalami perbedaan (<1,5). Kecilnya perbedaan ini mengindikasikan bahwa; (1) kesalahan dalam pembuatan skor pada setiap atribut relatif kecil, (2) ragam pemberian skor akibat perbedaan opini relatif kecil, (3)

proses analisis yang dilakukan secara berulang stabil, dan (4) kesalahan memasukkan data dan data yang hilang dapat dihindari. Dengan demikian diketahui bahwa hasil analisis keberlanjutan yang dilakukan dengan teknik Rafed untuk pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha industry kreatif memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi.

1.2. Status Keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha Multidimensi

Prediksi status keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha industry kreatif digambarkan melalui 77 atribut. Seluruh atribut ini terdiri atas tiga belas atribut dalam aspek usaha perikanan, tujuh belas atribut aspek faktor lokasi, enam belas atribut aspek kesinergian dan fokus kebijakan, sembilan atribut aspek perikanan berkelanjutan, sembilan atribut aspek tata pemerintahan dan tiga belas atribut aspek proses manajemen dan kelembagaan. Dengan melakukan analisis MDS maka diketahui posisi atau status keberlanjutan lingkungan hidup pada ordinasi *good* atau *bad*.

Pitcher dan Preikshot (2001) memperkenalkan teknik evaluasi Rafed untuk menentukan status keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan dilihat dari aspek usaha perikanan, aspek faktor lokasi, aspek kesinergian dan fokus kebijakan, aspek perikanan berkelanjutan, aspek tata pemerintahan, aspek proses manajemen dan kelembagaan. Hasil dari analisis dengan menggunakan teknik Rafed diharapkan dapat menjadi acuan umum dalam mengajukan usulan perbaikan status keberlanjutan pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha.

Indeks keberlanjutan setiap aspek belum menggambarkan status keberlanjutan

dari kegiatan secara keseluruhan. Untuk itu nilai indeks setiap aspek/dimensi perlu digabungkan untuk menentukan nilai status keberlanjutan multidimensi. Berdasarkan jumlah nilai tersebut maka didapatkan nilai indeks multidimensi 54,29 yang menunjukkan bahwa status keberlanjutan multidimensi pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha industry kreatif Kabupaten Kepulauan Meranti berada dalam kategori Cukup berkelanjutan. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan status keberlanjutan kegiatan secara menyeluruh diperlukan penataan terhadap berbagai atribut yang sensitivitasnya tinggi khususnya pada aspek faktor lokasi serta kesinergian dan fokus kebijakan. Status ini memiliki peran penting dalam monitoring, pengkajian serta pemahaman kondisi ekosistem, dampak kegiatan manusia, serta efektifitas kebijakan mencapai tujuan pengelolaan (Rice dan Rochet, 2005).

5. Pengembangan Industri Kreatif untuk mendukung Pariwisata Taluk Kuantan dan Tembilahan.

Potensi batik sebagai industri kreatif saat ini sangat tinggi. Batik telah diakui sebagai warisan budaya oleh UNESCO di tahun 2009 dan telah dikenal oleh masyarakat internasional sebagai produk khas Indonesia. Dalam penyelenggaraan INACRAFT tahun 2009, batik tercatat sebagai komoditas yang paling diminati (Warta Ekspor, 2009). Persebaran motif batik di Indonesia cukup luas dan masing-masing daerah memiliki motif khas yang berbeda antara satu dengan lainnya. Kekayaan motif batik Indonesia juga bertambah dengan munculnya motif-motif baru yang umumnya berwarna lebih cerah dan memiliki corak yang lebih modern.

Provinsi Riau memiliki sejumlah UMKM yang bergerak di bidang produksi batik namun belum digarap secara

optimal sebagai bagian dari industri kreatif ataupun wisata. Di Kabupaten Kuantan Singingi terdapat dua jenis batik dari segi produksinya, Sejumlah kelompok sentra kerajinan batik tulis di Kuantan Singgi yaitu (1) Taluk Kuantan (2) Air Mas serta Batik Tulis di Tembilahan yaitu Sungai Beringin dan Tenun di Pekan Arba namun saat ini tengah mengalami “mati suri”, yang sudah tidak memproduksi lagi.

Jika dikomparasikan dengan model pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak ekonomi wisata, Kabupaten Kuantan Singingi, Tembilahan telah memiliki sejumlah modal utama. Sentra kuliner di sekeliling alun-alun juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi industri kreatif, antara lain dengan menyajikan kuliner tradisional, menciptakan kuliner baru, atau bahkan dengan menciptakan kemasan baru. Untuk industri kreatif kuliner, Bandung merupakan salah satu contoh sukses karena berhasil mengembangkan kuliner-kuliner dengan penyajian yang kreatif serta rasa yang inovatif, seperti pisang kipas, kue bolu komoyo, lepek durian, ataupun kerupuk sagu dan sebagainya merupakan kuliner khas Provinsi Riau. Untuk lebih jelas pola adaptasi pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata yang di terapkan di Pekanbaru dari kerajinan tangan yang berpusat di Sungai Duku dan batik Riau sedangkan dari daerah Pesisir Kabupaten Kepulauan Meranti dari makanan khas daerahnya yaitu kerupuk sagu, mie sagu dan tepung sagu. Dan untuk daerah Kabupaten Indragiri Hilir khas dengan keripik pisang dan dodolnya serta Kabupaten Rokan Hulu adalah berupa kue bangkit dan keripik pisang.

Untuk mendukung pengembangan batik sebagai bagian dari industri kreatif sekaligus penggerak wisata, perlu diciptakan *linkage* antara industri batik

dan atraksi wisata Taluk Kuantan, Bagan Siapi-api. *Outlet* kerajinan batik sebaiknya diposisikan dekat dengan persinggahan atau pasar, sehingga tercipta suatu sistem wisata; wisatawan berkunjung melihat atraksi wisata di Pasar, makan di sekitar persinggahan, membeli oleh-oleh makanan khas, dilanjutkan dengan melihat sekaligus membeli batik Taluk Kuantan atau Tenun Tembilahan

V. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan.

Berikut ini ini disajikan kesimpulan yang disusun berdasarkan data, fakta, hasil pengamatan di lapangan, serta analisa yang telah dilakukan :

- b. Daerah Provinsi Riau yang terdiri dari 12 Kabupaten Kota dan khususnya untuk Kota Pekanbaru memenuhi semua sektor usaha industri kreatif yaitu 14 sektor, sedangkan Kabupaten Indragiri Hilir memenuhi 13 macam, Rokan Hulu sebanyak 11 macam, Kuantan Singingi sebanyak 10 macam sedangkan Rokan Hilir dan Kep. Meranti sebanyak 9 macam. Sub sektor yang tidak ada di tiap kabupaten adalah arsitektur, pasar barang seni, permainan interaktif (game), layanan computer dan piranti lunak (software) dan riset dan pengembangan (R&D). berdasarkan Inpres No.6/2009
- c. Dengan memperhatikan dan mengalisa identifikasi karakteristik ekonomi kreatif di daerah di Provinsi Riau adalah rata-rata factor penyebab tidak tumbuhnya industri kreatif adalah daya juang pelaku usaha industri kreatif kurang sedangkan daya kreasi dan inovasi masih bisa dikembangkan lagi. Usaha industri kreatif bisa berkembang bila ada dukungan permodalan, pembinaan dari pihak pemerintah, bisnis dan pihak akademisi.

Identifikasi Dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Di Beberapa Kabupaten Di Provinsi Riau(Fahrial)

- d. Keberadaan ekonomi kreatif lebih banyak berada di daerah kota dibandingkan di desa. Hal ini didukung dekat dengan pasar, lokasi mudah dijangkau pelanggan dan berkualitas.
- e. Dilihat dari permasalahan yang dihadapi ekonomi kreatif yang sangat menonjol adalah segi permodalan dan pasar. Hal lain yang sangat menentukan keberhasilan usaha ekonomi kreatif adalah pembinaan dan bantuan peralatan/mesin agar mutu barang berkualitas dan legalitas.
- f. Untuk mengetahui potensi dan kontribusi ekonomi kreatif untuk rencana pengembangan ekonomi kreatif adalah dari daya inovasi yang kuat untuk berkarya menghasilkan sesuatu barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Berdasarkan analisis SS (*shiftshare*) dan (*location quotient*), melalui analisis ini diperoleh hasil bahwa kontribusi sub sektor industri kreatif dan nilai LQ pada masing-masing wilayah kajian sebagai berikut: 1). Kabupaten Indragiri Hilir nilai SS mengalami kenaikan (kontribusi >7%) dan trend LQ naik (>1) sehingga tergolong basis, 2). Kabupaten Rokan Hilir trend SS menurun (kontribusi >20%) dan LQ trend naik (>5) sehingga tergolong basis. 3) Kabupaten Bengkalis trend SS turun (kontribusi >4%) dan trend LQ turun (>1) masih tergolong basis. 4) Kabupaten Kepulauan Meranti nilai SS trend meningkat (kontribusi >3%) dan trend SS naik (LQ >1) sehingga tergolong basis. 5) Kabupaten Kampar SS trend turun (<1%) dan trend LQ juga turun (<1) sehingga tergolong non basis.
- g. Untuk mengetahui perkembangan ekonomi kreatif dilihat dari ketersediaan bahan baku tidak jadi masalah (tersedia) dan mudah didapat, keberadaan pasar untuk memasarkan produksi industri kreatif masih terbatas dan langka, maka diperlukan difasilitasi, ditinjau dari SDM dan IPTEK mempunyai kemampuan dan skill, tapi dari segi IPTEK terbatas, modal dan investasi sangat terbatas (perlu) dibantu untuk modal usaha atau peralatan, disegi produktivitas belum maksimal hanya bisa memproduksi untuk lokal dan infrastruk untuk menjangkau lokasi usaha sudah baik dan yang didukung alat-alat dan tempat usaha yang berisiko atas kehilangan dan untuk regulasi kurang berpihak kepada mereka, Hal ini menjadi keluhan mereka sudah banyak yang survey tapi tak ada satupun yang memberi solusi menyelesaikan permasalahan mereka.
- h. Model pengembangan ekonomi kreatif berdasarkan pengembangan sarana dan prasarana penunjang kegiatan ekonomi dan rencana intensitas pemanfaatan sumber daya ekonomi bagi kepentingan masyarakat yang berbasis ekonomi kreatif. .
- i. Model pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha Kabupaten Indragiri Hilir yaitu ditemukan 7 faktor dominan yang berpengaruh di kabupaten Indragiri Hilir. Model pengembangan (P) pada ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan merupakan interaksi antara Pengembangan komunitas (k), Kerjasama dalam industri sejenis maupun industri hulu-hilir (i), Kontribusi pengembangan ekonomi perikanan terhadap peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat lokal (e), Faktor kebijakan pemerintah (r), Ketersediaan SDM (s), Sarana dan prasarana perikanan (n), serta Pendapatan masyarakat (y) yang

Identifikasi Dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Di Beberapa Kabupaten Di Provinsi Riau(Fahrial)

dapat digambarkan dalam hubungan fungsi sebagai berikut : $P = f(k, i, e, r, s, n, y)$.

- j. Model pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha Kabupaten Rokan Hilir yaitu ditemukan 7 faktor dominan yang berpengaruh di kabupaten Rokan Hilir. Model pengembangan (P) pada ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan merupakan interaksi antara Kontribusi pengembangan ekonomi perikanan terhadap peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat lokal (e), Reformasi sistem insentif Pengembangan SDM Aparatur (t), Jumlah stakeholder yang terlibat dalam proses perencanaan pengembangan ekonomi perikanan (l), Faktor kebijakan pemerintah (r), Ketersediaan SDM (s), Sarana dan prasarana perikanan (n), serta Pendapatan masyarakat (y) yang dapat digambarkan dalam hubungan fungsi sebagai berikut : $P = f(e, t, l, r, s, n, y)$.
- k. Model pengembangan ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha Kabupaten Kepulauan Meranti yaitu ditemukan 8 faktor dominan yang berpengaruh di kabupaten Kepulauan Meranti. Model pengembangan (P) pada ekonomi wilayah dan kelembagaan usaha perikanan merupakan interaksi antara peran Perusahaan Daerah (h), Jumlah usaha yang melakukan inovasi pengembangan produk dan pasar (u), Sinkronisasi lintas sektoral dan spasial dalam perencanaan PEP (d), Faktor kebijakan pemerintah (r), Ketersediaan SDM (s), Sarana dan prasarana perikanan (n), serta Pendapatan masyarakat (y) yang dapat digambarkan dalam hubungan fungsi

sebagai berikut : $P = f(h, u, d, r, s, n, y)$.

1. Rencana Percepatan dan Perluasan Ekonomi Kreatif ke depan (Tahun 2014 – 2016).
 - a. Strategi pengembangan dan pemberdayaan ekonomi kreatif , sehingga mampu diakses secara online dan global.
 - b. Strategi lembaga keuangan non bank untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Provinsi Riau, untuk perannya mendukung UMKM, dengan selalu memberikan pelatihan terhadap UMKM dengan materi pelatihan yang betul-betul diminati sehingga dapat memotivasi UMKM untuk lebih mengembangkan potensi diri. LKM-NB tetap memberikan penilaian dan mengeluarkan sertifikat atau penghargaan bagi UMKM yang berprestasi sehingga UMKM di Provinsi Riau bisa berkembang.
 - c. Strategi lain untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan membantu mengembangkan usaha UMKM, yaitu melalui pembinaan, pemasaran (promosi, pameran dan kluster /pengelompokan), kemitraan, pendampingan, penerapan fungsi manajemen, sehingga UMKM mempunyai standar dan kredibilitas baik walaupun saat berurusan dengan lembaga keuangan lainnya.
 - m. Strategi-strategi dan model pengembangan yang dijalankan adalah keberlanjutan selama program pengembangan kedepan seusi dengan rencana strategis yang telah ditetapkan.

Identifikasi Dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Di Beberapa Kabupaten Di Provinsi Riau(Fahrial)

2. Saran.

Berdasarkan sejumlah temuan dari penelitian ini, berikut disajikan sejumlah rekomendasi terkait untuk kebijakan :

- a. Rekomendasi strategis melalui hasil kajian model pengembangan ekonomi wilayah dan usaha ekonomi kreatif bagi pemerintah daerah Kabupaten Kota di Provinsi Riau yaitu pengembangan komunitas, prasarana dan sarana, peningkatan koordinasi antar stakeholders, kebijakan pemerintah melalui peningkatan pemantauan, pengawasan secara konsisten, program pengembangan ekonomi lokal, meningkatkan kualitas sumberdaya manusia baik daerah perkotaan, desa, pesisir dan perkebunan.
- b. Usaha industri kreatif dapat berkembang dengan memberikan dukungan dari pihak pemerintah, bisnis dan akademisi yang berkesinambungan dalam bentuk pembinaan, permodalan dan pasar.
- c. Meningkatkan potensi dan kemampuan Ekonomi Kreatif dengan menggunakan mode pengembangan wilayah dan usaha sesuai daerah masing-masing..
- d. Menggerakkan sektor usaha industri kreatif dapat dijalankan melalui strategi-strategi dalam bentuk pengembangan, pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat.
- e. Industri kreatif perlu didukung demi menghadapi pesaing lokal dan internasional dengan membentuk wadah tempat mereka berkumpul menyampaikan permasalahan dan memudahkan bagi stakeholder memberikan dukungan pembinaan dan sebagainya sehingga bisa meningkatkan perekonomian daerah dan kesejahteraan pelaku ekonomi kreatif.\

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin Toffler. 1980. *The Third Wave*. A Bantam Books. Published in association with William Morrow & Co., Inc.
- Agung Nur Fajar, 2007. *Integrasi Program Pembangunan UKM*. Makalah seminar Isue-Isue Strategis tanggal 20 Nopember 2007. Jakarta.
- Arifin Sitip Halomoan Tamba, 2001, *Koperasi, Teori dan Praktek*, Jakarta : Erlangga.
- Dahuri, R 2000. *Pendayagunaan Sumberdaya Kelautan untuk Kesejahteraan Rakyat*, Penerbit LISPI, Jakarta.
- Deputi Bidang Pembiayaan, 2007. *Informasi Tentang Kredit Usaha Mikro dan Kecil dari Dana SUP-005*. Kementerian Negara Koperasi dan UKM. Jakarta.
- Departemen Perdagangan. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Departemen Perdagangan. Jakarta.
- Hendrajogi, M.Sc. 1997. *Koperasi: Asas-asas, Teori, dan Praktik*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hendar dan Kusnadi, 1999, *Ekonomi Koperasi, Jakarta* :Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Richard Florida. 2002. *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community And Everyday Life*. Published by Basic Book, New York.

Identifikasi Dan Penyusunan Strategi Bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Daerah Di Beberapa Kabupaten Di Provinsi Riau(Fahrial)

Howkins, J. 2001. *The Craetive Economy, How People make Money from Ideas,*". Penguin Books, New York, USA.

Moelyono Mauled, 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif: Antara Tuntutan dan Kebutuhan.* Rajawali Pers. Jakarta.