

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

PENGEMBANGAN KOTA KREATIF DI KOTA BAUBAU

Arlita Aristianingsih Jufra¹, Syamsul Anam², Muhammad Imran³, Muhammad Irfan Basri⁴

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kendari
Kendari 93116, Sulawesi Tenggara
arlitajufra@iainkendari.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Kendari,
Kendari 93117, Sulawesi Tenggara
syamsulanam@yahoo.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kendari
Kendari 93116, Sulawesi Tenggara
muhimran@iainkendari.ac.id

⁴Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Muhammadiyah Kendari,
Kendari 93117, Sulawesi Tenggara
muhammad.irfan.basri@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 06/07/2021

Accepted 08/29/2021

Keywords: Mapping;
Ecosystem; Creative
Economy; Creative
City

ABSTRACT

The development of a creative city can not be separated from the potential of the diversity of cultural, artistic and human resources derived from the value of exchange rates can encourage the expansion of insight and creativity. In terms of development, the creative city can be further enabled through the reshaping of the city (reshape the design of the city in terms of development, improvement, community participation), presents a view of urban (provide physical intervention and view inspiring), the marriage of the old and new (the goal is to decorate an attractive city and as a city that attracts and as a landmark and as a city (also). The activity of the Master Plan for the development of Creative Cities in Baubau detained for 2 months of October until 2020 December. The Masterplan has been set up guide, direction, policy, and the things that draws on the development of creative cities in Baubau will be adjusted and aligned with the RPJMD and plan the construction of the other in Baubau. The identification of the conditions and characteristics of the creative economy is done by determining the respondents were participants from each sub-sector of the creative economy in Baubau. The results of the determination of the results of the respondents as many as 143 respondents were divided into 11 sub-sectors of the creative economy in Baubau covering fashion, culinary art, handicrafts, and others (Architecture, Design, App, Design, Design, Film, interior, and music).

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

ABSTRACT

Perkembangan kota kreatif tak lepas dari potensi keragaman budaya, kesenian dan sumber daya manusia berasal dari pertukaran nilai yang dapat mendorong perluasan wawasan dan kreatifitas. Dari segi pembangunan, kota kreatif dapat lebih diaktivasi melalui *reshaping the city* (membentuk kembali perancangan kota segi pengembangan, perbaikan, partisipasi masyarakat), *presenting urban cosmetics and theatrical illusions* (memberikan intervensi fisik dan pemandangan yang inspiratif), *the marriage of old and new* (tujuannya penghias kota yang menarik dan sebagai landmark kota) dan yang terakhir *creating genius loci* (identitas lokal dan ciri khas kota juga ekspresi kreativitas warga). Kegiatan Master Plan Pengembangan Kota Kreatif di Kota Baubau ini dilaksanakan selama 2 bulan pada bulan Oktober sampai dengan Desember 2020. Masterplan yang disusun merupakan pedoman, arah kebijakan, dan kerangka acuan pengembangan kota kreatif di Kota Baubau akan disesuaikan dan selaras dengan RPJMD dan rencana-rencana pembangunan lainnya di Kota Baubau. Identifikasi kondisi dan karakteristik ekonomi kreatif dilakukan dengan menentukan responden pelaku dari setiap sub sektor ekonomi kreatif di Kota Baubau. Hasil penentuan responden yaitu sebanyak 143 responden yang terbagi atas 11 sub sektor ekonomi kreatif di Kota Baubau meliputi fashion, seni pertunjukan, kuliner, kriya, dan others (arsitektur, fotografi, aplikasi, film, desain interior, desain grafis dan musik).

This is an open access article under the CC BY-SA license



Corresponding Author:

Arlita Aristianingsih Jufra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kendari

Kendari 93116, Sulawesi Tenggara

Email: arlitajufra@iainkendari.ac.idDOI: <http://dx.doi.org/10.32833/majem.v10i2.169>

I. PENDAHULUAN

UNESCO Creative City Network yang diluncurkan pada tahun 2004 yang terdiri atas 116 kota di seluruh dunia bertujuan mendorong kerjasama internasional antar kota yang berkomitmen berinvestasi di kreativitas sebagai pendorong pembangunan perkotaan berkelanjutan, inklusi sosial dan budaya. Perkembangan kota kreatif tak lepas dari potensi keragaman budaya, kesenian dan sumber daya manusia berasal dari pertukaran nilai yang dapat mendorong perluasan wawasan dan kreatifitas. Dari segi pembangunan, kota kreatif dapat lebih diaktivasi melalui *reshaping the city* (membentuk

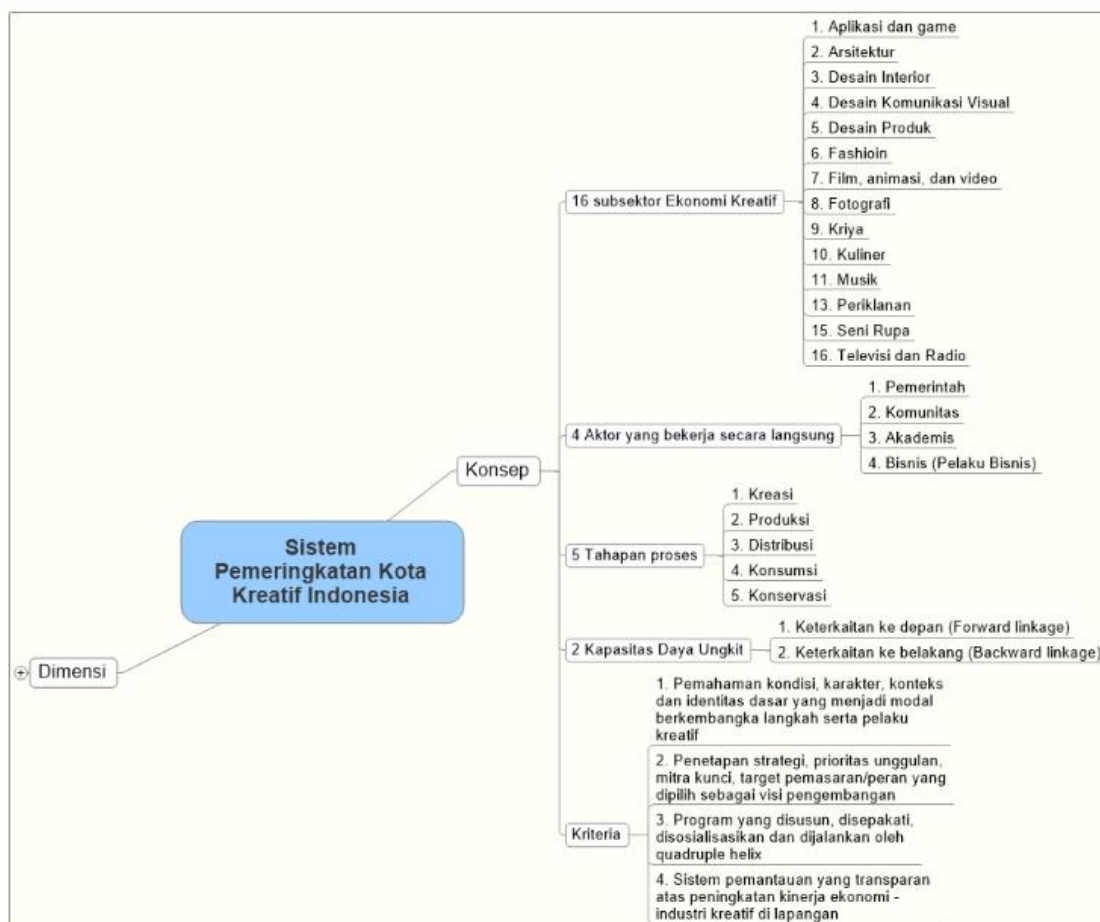
Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

kembali perancangan kota segi pengembangan, perbaikan, partisipasi masyarakat), presenting urban cosmetics and theatrical illusions (memberikan intervensi fisik dan pemandangan yang inspiratif), the marriage of old and new (tujuannya penghias kota yang menarik dan sebagai landmark kota) dan yang terakhir creating genius loci (identitas lokal dan ciri khas kota juga ekspresi kreativitas warga).

Terdapat perbedaan yang mendasar antara kota kreatif dengan konsep kota pada umumnya seperti liveable city, green city and resilient, smart dan competitive city adalah bahwa kota kreatif 1) fokus kepada pengembangan ide dan kreativitas; 2) eksistensi komunitas kreatif (bottom-up); dan 3) rantai nilai kreasi-produksi-distribusi-konsumsi-konservasi. Disini kota menjadi wadah sekaligus pemicu kegiatan kreatif. Kebanyakan setiap kota telah memiliki potensi kota kreatif tetapi belum memiliki penilaian terhadap indikator kota kreatif itu sendiri, sehingga pengembangannya belum terarah. Perlu adanya perencanaan strategi pengembangan dan penilaian atau pemeringkatan kota sebagai konsep dasar dalam mewujudkan kota kreatif.



Sumber: PMK3I Badan Ekonomi Kreatif Indonesia

Gambar 1. Sistem Pemeringkatan Kota Kreatif Indonesia

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Dilihat dari indikator di atas, sepertinya pengertian kota kreatif dipersempit menjadi ‘kota ekonomi kreatif’ atau kota dengan produk unggulan dari sektor kreatif (yang dalam kategori ada 16 sub sektor). Selain itu aspek kota kreatif juga mengandung makna yang lain misalnya gerakan penguatan sosial, partisipasi publik dan ramah lingkungan. Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia saat ini, didefinisikan sebagai era baru ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Sesuai dengan amanat Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, yang berharap bahwa ekonomi kreatif dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Maka kota/kabupaten di seluruh Indonesia berkomitmen untuk turut mengembangkan sektor ekonomi tersebut. Industri kreatif di Indonesia mencatatkan kontribusi yang terus meningkat terhadap produk domestik bruto (PDB) dalam empat tahun terakhir, dengan kenaikan rata-rata Rp 100 triliun pertahun. Pada tahun 2015, sektor ini menyumbang sebesar Rp 852 triliun, pada 2016 mencapai Rp 923 triliun, dan bertambah menjadi Rp 1.009 triliun di 2017. Tahun 2018 diproyeksi tembus hingga Rp1.105 triliun dan tahun 2019, industri kreatif menggenjot sumbangan untuk (PDB) Indonesia mencapai Rp 1.211 triliun (Opus Creative Economy Outlook, 2019).

Untuk itu, diperlukan adanya kegiatan untuk dapat merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan dan mensinkronisasikan kebijakan di bidang ekonomi kreatif dalam upaya untuk meningkatkan Pendapatan Domestik Bruto (PDB), jumlah tenaga kerja, dan nilai ekspor produk ekonomi kreatif nasional. Dalam rangka mendorong percepatan pengembangan kawasan yang berpotensi sebagai pusat pertumbuhan wilayah, mengurangi kesenjangan pembangunan antar wilayah dan mendorong pertumbuhan daerah khususnya di Kota Baubau perlu dilakukan upaya pengembangan kawasan strategis cepat tumbuh dalam pengembangan kota kreatif di daerah. Upaya ini tentunya perlu didasarkan pada optimalisasi potensi sumber daya unggulan komparatif dan kompetitif daerah, sehingga produk ekonomi kreatif yang dihasilkan memiliki daya tarik di pasar domestik dan internasional.

Dalam mencapai tujuan tersebut, terdapat pertimbangan terhadap banyak hal, antara lain: berbagai pihak pemangku kepentingan, ragam dimensi dan ekosistem ekonomi kreatif, serta tingkat kompleksitas yang beragam. Langkah awal pengembangan kota kreatif di Kota Baubau adalah dengan memetakan berbagai potensi sumber daya unggulan daerah serta peran para stakeholder terkait melalui kegiatan identifikasi serta penyusunan konsep dan strategi pembangunan kota kreatif. Hal ini dirasakan perlu karena pemerintah Kota Baubau perlu mengenal potensi sumber daya unggulan yang ada di wilayahnya agar pemanfaatannya dapat berjalan secara simultan.

II. KAJIAN TEORITIS

Ekosistem Ekonomi Kreatif

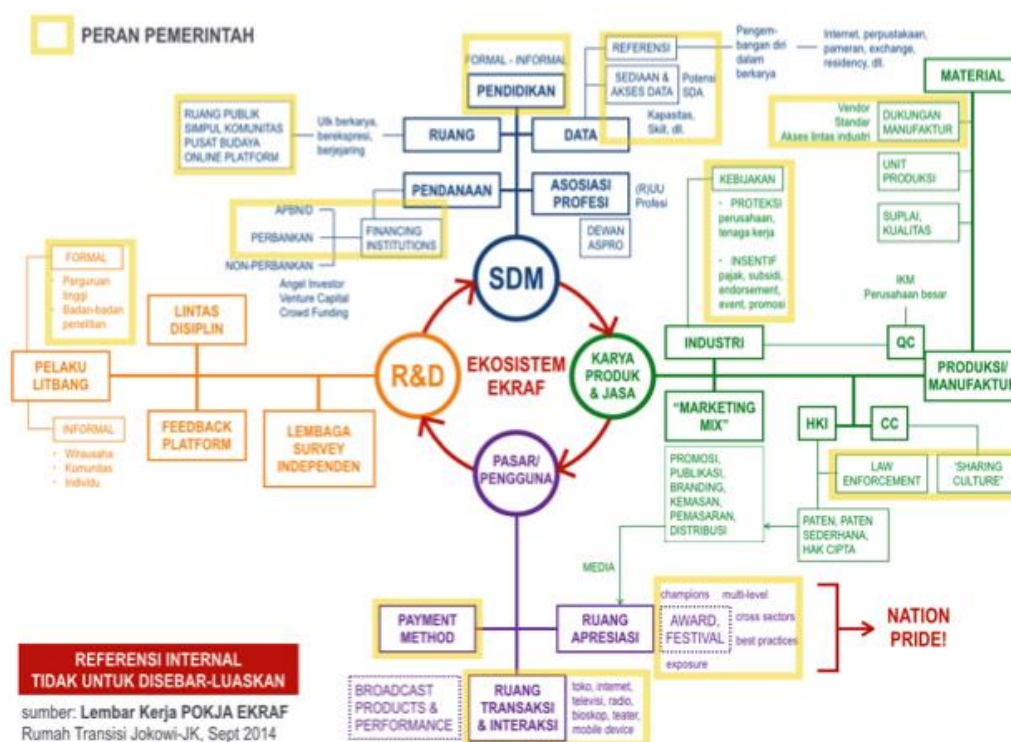
Bahasan mengenai Ekonomi Kreatif selalu mencakup keseluruhan ekosistemnya, di mana Industri Kreatif menjadi salah satu elemennya. Dalam riset ini pun Ekosistem Ekonomi Kreatif menjadi salah satu referensi utama, dengan elemen-elemen sebagai berikut: Sumber Daya Manusia (SDM) yang menjadi pusat gagasan dan inisiatif dengan daya cipta, yang menciptakan karya kreatif sebagai hasil ekspresi, ide, gagasan, dan inisiatif tersebut; Produk Barang/Jasa yang menjadi wujud sebuah karya kreatif hasil

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

ciptaan SDM kreatif yang siap untuk disampaikan ke para pengguna atau penikmatnya, yang meliputi proses produksi, suplai material, manufaktur, dan sebagainya; Pasar atau segala hal terkait dengan alur penyampaian produk barang/jasa kreatif kepada pengguna atau konsumennya, yang meliputi jalur distribusi, pemasaran, promosi, hingga ruang-ruang ekspresi dan apresiasi, dan sebagainya; serta Riset & Pengembangan, di mana terdapat peran umpan balik (feedback) terhadap produk barang/jasa kreatif, dan segala hal terkait berbagai upaya penciptaan karya dan segala elemen pendukungnya, yang lebih baik atau berbeda dari yang sebelumnya.

Dalam kaitannya dengan riset ini, Ekosistem Ekonomi Kreatif menjadi referensi bagi identifikasi potensi ekonomi kreatif di kewilayahan, terutama untuk menempatkan jenis potensi yang ditemukan di kewilayahan ke dalam setiap elemen dalam ekosistem tersebut, sehingga dapat diketahui jenis kekuatan sesungguhnya pada tiap kewilayahan.



Sumber : Lembar Kerja Pokja Ekraf Rumah Transisi, 2014

Gambar 2. Bagan Ekosistem Ekonomi Kreatif

III. METODE PENELITIAN

Kegiatan Master Plan Pengembangan Kota Kreatif di Kota Baubau ini dilaksanakan selama 2 bulan pada bulan Oktober sampai dengan Desember 2020. Masterplan yang disusun merupakan pedoman, arah kebijakan, dan kerangka acuan pengembangan kota kreatif di Kota Baubau akan disesuaikan dan selaras dengan RPJMD dan rencana-rencana pembangunan lainnya di Kota Baubau. Secara umum strategi pembangunan

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

yang berjalan selama ini lebih banyak menggunakan *comparative advantage*, pembangunan yang mengandalkan pada kekayaan sumber daya alam yang dimiliki. Padahal negara-negara maju tidak punya *comparative advantage*, tetapi mereka mengubahnya menjadi *competitive advantage*, yaitu menjadikan bagaimana menghasilkan produk yang biayanya paling efisien dan paling unik dan tidak mudah ditiru orang lain. Walaupun suatu negara atau suatu daerah mempunyai warisan sumber daya alam yang luar biasa, tetapi jika tidak diolah dengan baik maka tidak dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara signifikan.

Pelaksanaan umum kegiatan ini menggunakan 4 (empat) model pendekatan yaitu:

1. Pendekatan Komprehensif, merupakan pendekatan yang didasarkan kelengkapan database yang akurat dan valid sesuai dengan kondisi dan potensi daerah untuk pengembangan kawasan, termasuk ketersediaan ekosistem pendukungnya.
2. Pendekatan Partisipatori, merupakan pendekatan yang melibatkan/mengikutsertakan semua pelaku usaha dan stakeholder terkait di Kota Baubau.
3. Pendekatan Tekno-Ekonomis-Lingkungan, merupakan pendekatan yang didasarkan pada analisis kelayakan pengembangan kawasan, ditinjau dari aspek teknis, ekonomi dan kelayakan lingkungan lokasi rencana induk pengembangan kawasan.
4. Pendekatan Keuangan Daerah, merupakan pendekatan yang didasarkan pada kemampuan keuangan daerah dalam membiayai program dan kegiatan pengembangan kawasan di Kota Baubau.

Kajian ini merupakan penelitian deskriptif (deskriptif research). Penelitian dilakukan terhadap para stakeholders dan pelaku ekonomi kreatif dengan berbagai sektor yang ada di wilayah Kota Baubau. Metode pengumpulan data menggunakan kombinasi teknik-teknik sebagai berikut:

- a) Daftar pertanyaan berupa kuesioner yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung dari responden penelitian.
- b) Interview mendalam, berupa wawancara mendalam yang dilakukan secara langsung dengan para responden dalam penelitian ini.
- c) Survey lapangan, berupa kunjungan dan pengamatan langsung ke lokasi ekonomi kreatif.

Bentuk kuisisioner akan disepakati bersama dengan pihak pengguna jasa. Dari pengumpulan data yang dilakukan, akan memperoleh data yang berupa informasi dan angka. Data berikut penafsirannya akan disajikan dalam bentuk tabel, grafik, bagan dan gambar. Metode analisis terhadap data dilakukan dengan metode analisis kualitatif. Konteks penelitian ini meliputi ekosistem ekonomi kreatif di Kota Baubau, dengan penerapan aktivasi potensi ekonomi kreatif, khususnya di tingkat kecamatan, dengan kekuatan di berbagai jenis subsektor industri kreatif.

Populasi lokasi kegiatan yaitu wilayah yang memiliki potensi pengembangan ekonomi kreatif di Kota Baubau. Sementara responden dalam kegiatan ini adalah pegiat/pelaku ekonomi kreatif, serta pihak lain yang terkait. Sampel responden akan dipilih secara purposive berdasarkan potensi tapak lokasi pengembangan kawasan. Jumlah sampel pada setiap lokasi penelitian akan disesuaikan dengan kebutuhan data.

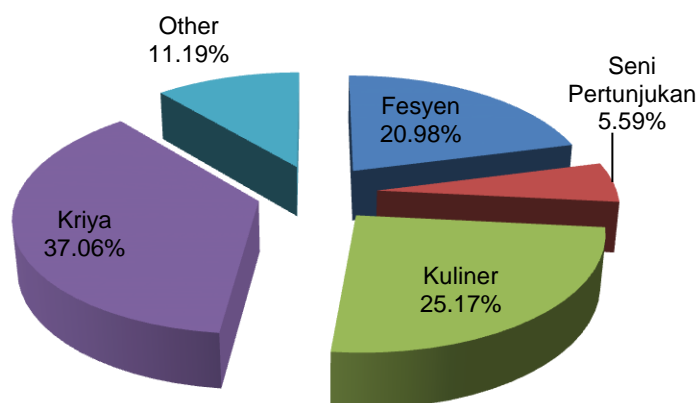
Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi dan Karakteristik Sub Sektor Ekonomi Kreatif

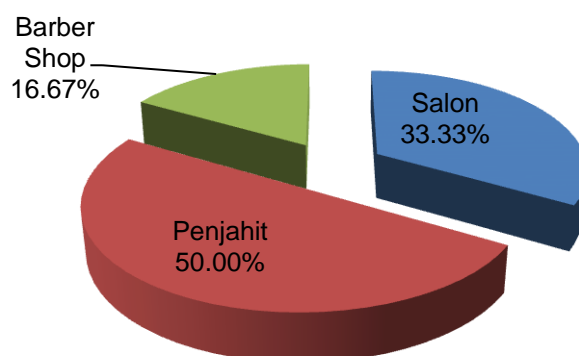
Identifikasi kondisi dan karakteristik ekonomi kreatif dilakukan dengan menentukan responden pelaku dari setiap sub sektor ekonomi kreatif di Kota Baubau. Hasil penentuan responden yaitu sebanyak 143 responden yang terbagi atas 11 sub sektor ekonomi kreatif di Kota Baubau meliputi fashion, seni pertunjukan, kuliner, kriya, dan others (arsitektur, fotografi, aplikasi, film, desain interior, desain grafis dan musik).



Gambar 3. Presentasi Responden Setiap Sub Sektor Ekonomi Kreatif Di Kota Baubau

1. Fashion

Terdapat 3 jenis pelaku usaha yang menjadi responden pada sub sektor fashion di Kota Baubau yaitu salon rias/kecantikan, penjahit dan barber shop. Berikut kondisi dan karakteristik usaha pada sub sektor fashion di Kota Baubau.



Gambar 4. Presentasi Responden Pelaku Usaha Pada Sub Sektor Fashion

Pelaku usaha pada sub sektor fashion didominasi oleh usaha penjahit. Usaha penjahit di Kota Baubau masih dalam kategori skala kecil begitu pula pada jenis usaha lain seperti salon dan barber shop. Indikator ekosistem ekonomi kreatif terbagi atas 4

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

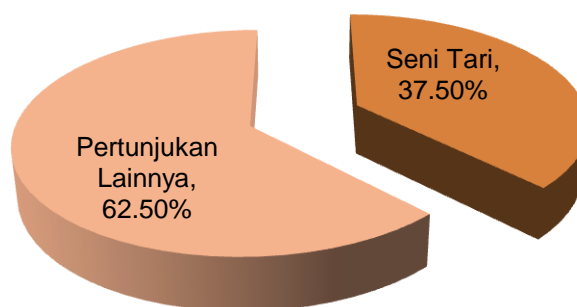
dengan masing-masing sub indikatornya. Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor fashion disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fashion

No.	Karakteristik Responden	Kondisi dan Karakteristik		
		Salon	Penjahit	Barber Shop
1	Jenis Sub Ekraf	Fashion (salon)	Fashion (penjahit)	Fashion (Barber shop)
2	Lama Usaha	3 – 20 tahun	3 – 20 tahun	1 - 3 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	1 – 5 orang	1 – 2 orang	1 - 2 orang
4	Jumlah Omset	3 – 15 juta/bulan	4 – 10 juta/bulan	3 - 7 juta/bulan
5	Jumlah Responden	10	15	5
Permasalahan		Kurang modal, keterbatasan teknologi peralatan dan kurangnya pelatihan		
Harapan		Dukungan kebijakan dari pemerintah kota Bantuan dari pemkot		

2. Seni Pertunjukan

Terdapat 2 jenis seni pertunjukan yang menjadi responden pada sub sektor ini yaitu seni tari dan pertunjukan lainnya. Berikut kondisi dan karakteristik usaha pada sub sektor fashion di Kota Baubau.



Gambar 5. Presentasi Responden Pelaku Usaha Pada Sub Sektor Seni Pertunjukan

Pelaku usaha pada sub sektor seni pertunjukan didominasi oleh usaha seni tari dan/atau pertunjukan adat. Pertunjukan seni adat di Kota Baubau masih terjaga atau masih menjadi tradisi yang dilakukan dalam proses adat buton. Namun pelaksanaan secara rutin berbasis kreatifitas kota belum menjadi hal yang penting dalam menunjang pelestarian dan pengembangan budaya. Indikator ekosistem ekonomi kreatif terbagi atas 4 dengan masing-masing sub indikatornya. Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor seni pertunjukan disajikan pada tabel berikut:

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Tabel 2. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Seni Pertunjukan

No.	Karakteristik Responden	Seni Tari	Pertunjukan lainnya
1	Jenis Sub Ekraf	Seni Tari	Seni pertunjukkan adat
2	Lama Usaha	5 - 20 Tahun	5 - 12 Tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	5 - 15 orang	5 - 30 orang
4	Jumlah Omset	-	-
5	Jumlah Responden	3	5

Permasalahan Lain	Kurangnya refensi pengembangan produk dan kurangnya peran pemda dalam menginspirasi karya pertunjukan		
Harapan	Butuh pendampingan		

3. Kuliner

Terdapat banyak jenis olahan makanan dan minuman yang menjadi responden pada sub sektor ini diantaranya makanan minuman olahan kelor, olahan buah, olahan ikan, mie, cake dan lainnya. Indikator ekosistem ekonomi kreatif terbagi atas 4 dengan masing-masing sub indikatornya. Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor kuliner disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner

No.	Karakteristik Responden	Kuliner
1	Jenis Sub Ekraf	Kuliner makanan dan minuman
2	Lama Usaha	1 - 5 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	1 - 3 orang
4	Jumlah Omset	3 - 15 juta/perbulan
5	Jumlah Responden	36

Permasalahan Lain	1. Kurangnya refensi pengembangan produk
	2. Kurangnya peran pemda dalam menunjang ekraf Kota Baubau
Harapan	1. Adanya perhatian pemerintah untuk pengembangan produk
	2. Ketersediaan bahan baku yang cukup khususnya dalam kota Baubau serta biaya pengiriman yang murah
	3. Kemudahan akses bantuan modal usaha
	4. Pelatihan dan pengembangan kapasitas usaha dan bisnis

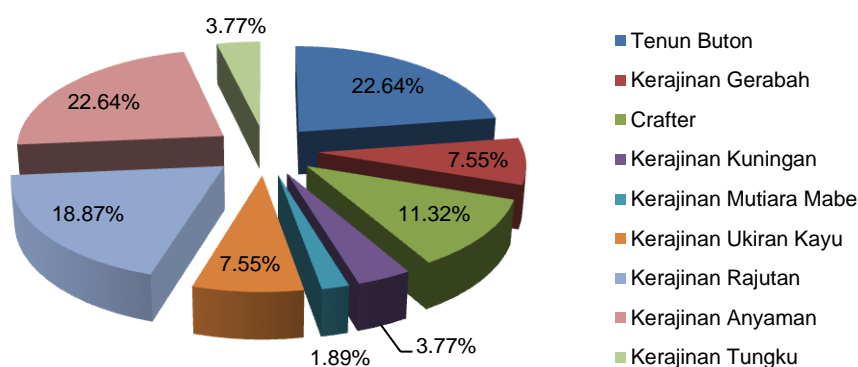
4. Kriya

Pelaku usaha pada sub sektor kriya memiliki jumlah pelaku yang cukup banyak dan bervariasi yang didominasi oleh pelaku tenunan. Tenun buton di Kota Baubau

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

merupakan produk kerajinan yang khas yang memiliki unsur budaya lokal yang sampai sekarang masih terjaga dan menjadi salah satu produk unggulan Kota Baubau. Selain itu, juga terdapat beberapa produk yang memiliki nilai budaya seperti kerajinan kuningan, gerabah, pakaian adat, crafter, ukiran kayu dan lain-lain yang membuat produk atau peralatan adat buton.



Gambar 6. Presentasi Responden Pelaku Usaha Pada Sub Sektor Kriya

Pengembangan berbasis kreatifitas kota sangat penting dilakukan dalam menunjang pelestarian budaya. Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor kriya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kriya

No.	Karakteristik Responden	Tenun Buton	Kerajinan Gerabah	Crafter	Kerajinan Kuningan	Kerajinan Mutiara Mube	Kerajinan Ukiran Kayu
1	Jenis Sub Ekraf	Kriya	Kriya	Kriya	Kriya	Kriya	Kriya
2	Lama Usaha (Tahun)	2 - 27	2 - 15	2 - 5	10 - 45	5	5 - 30
3	Jumlah TK (Orang)	1 - 20	2	1 - 3	1 - 2	1	1 - 2
4	Omset Perbulan (Juta)	5 - 100	2 - 15	1,2 - 10	4 - 15	4	5 - 25
5	Jumlah Responden	12	4	6	2	1	4

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Permasalahan Lain	1. Kurangnya refensi pengembangan produk 2. Kurangnya peran pemerintah daerah dalam menunjang kelestarian budaya tenun di Kota Baubau
Harapan	1. Adanya perhatian pemerintah untuk pengembangan produk 2. Ketersediaan bahan baku yang cukup khususnya dalam Kota Baubau dengan harga yang murah 3. Kemudahan akses bantuan modal usaha 4. Pelatihan dan pengembangan kapasitas usaha dan bisnis

5. Arsitektur

Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor arsitektur disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Arsitektur

No.	Karakteristik Responden	Kondisi dan Karakteristik
1	Jenis Sub Ekraf	Arsitektur
2	Lama Usaha	3 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	2 orang
4	Jumlah Omset	10 juta/perbulan
5	Jumlah Responden	1

Permasalahan Lain	1. Tidak adanya ruang apresiasi bagi pelaku ekraf arsitektur baik dalam skala event maupun pembangunan daerah
Harapan	1. Keterlibatan pelaku ekraf arsitektur terhadap pengembangan desain arsitektur pembangunan daerah berbasis budaya

6. Fotografi

Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor fotografi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fotografi

No.	Karakteristik Responden	Kondisi dan Karakteristik
1	Jenis Sub Ekraf	Foto Studio (fotografi)
2	Lama Usaha	1 - 5 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	1 - 4 orang
4	Jumlah Omset	15 - 45 juta/perbulan
5	Jumlah Responden	6

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Permasalahan	1. Ketersediaan peralatan yang sulit
Lain	2. Kurangnya peran pemda dalam menunjang ekraf Kota Baubau
	1. Adanya perhatian pemerintah terhadap ekraf di Kota Baubau
Harapan	2. Ketersediaan bahan baku khususnya dalam kota Baubau
	3. Pelatihan dan pengembangan kapasitas usaha dan bisnis

7. Aplikasi

Pelaku usaha pada sub sektor aplikasi di Kota Baubau merupakan pelaku usaha aplikasi kurir online yang diberi nama kururio. Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor aplikasi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 7. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fotografi

No.	Karakteristik Responden	Kondisi dan Karakteristik
1	Jenis Sub Ekraf	Aplikasi
2	Lama Usaha	1 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	304 orang/anggota
4	Jumlah Omset	90 juta/bulan
5	Jumlah Responden	1

Permasalahan	1. Kurangnya refensi pengembangan produk
Lain	2. Kurangnya peran pemda dalam menunjang ekraf Kota Baubau
	1. Adanya perhatian pemerintah untuk pengembangan produk
	2. Ketersediaan bahan baku yang cukup khususnya dalam kota
Harapan	Baubau serta biaya pengiriman yang murah
	3. Kemudahan akses bantuan modal usaha
	4. Pelatihan dan pengembangan kapasitas usaha dan bisnis

8. Film, Animasi dan Video

Sub sektor film, animasi dan vidio di Kota Bauabu lebih kearah pembuatan vidio. Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor film, animasi dan video disajikan pada tabel berikut:

Tabel 8. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Film, Animasi Dan Video

No.	Karakteristik Responden	Kondisi dan Karakteristik
1	Jenis Sub Ekraf	Film, Animasi dan Vidio
2	Lama Usaha	1 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	5 orang
4	Jumlah Omset	5 juta/bln
5	Jumlah Responden	1

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Permasalahan Lain	1. Kurangnya perhatian pemerintah terhadap pelaku ekraf pembuatan film ataupun vidio
Harapan	1. Adanya perhatian pemerintah untuk pengembangan perfilman Kota Baubau 2. Kemudahan akses bantuan modal 3. Pelatihan dan pengembangan kapasitas usaha dan bisnis

9. Desain Interior

Pelaku usaha pada sub sektor desain interior di Kota Baubau lebih lebih ke arah usaha dekor acara pernikahan dan/atau acara adat. Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor desain interior disajikan pada tabel berikut:

Tabel 9. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Desain Interior

No.	Karakteristik Responden	Kondisi dan Karakteristik
1	Jenis Sub Ekraf	Desain interior
2	Lama Usaha	2 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	1 - 3 orang
4	Jumlah Omset	3 - 10 juta/bulan
5	Jumlah Responden	2

Permasalahan Lain	1. Kurangnya peran pemda dalam menunjang ekraf Kota Baubau 2. Tidak ada landasan hukum dan kebijakan
Harapan	1. Adanya perhatian pemerintah tentang kebijakan ekraf 2. Kemudahan akses bantuan modal usaha 3. Pelatihan dan pengembangan kapasitas usaha dan bisnis

10. Desain Grafis

Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan *fine art*. Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor desain grafis disajikan pada tabel berikut:

Tabel 10. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Desain Grafis

No.	Karakteristik Responden	Kondisi dan Karakteristik
1	Jenis Sub Ekraf	Desain grafis
2	Lama Usaha	5 - 12 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	1 - 3 orang
4	Jumlah Omset	3 - 6 juta/bulan
5	Jumlah Responden	4

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Permasalahan	1. Kurangnya peran pemda dalam menunjang ekraf Kota Baubau
Lain	2. Tidak ada landasan hukum dan kebijakan
Harapan	1. Adanya perhatian pemerintah tentang kebijakan ekraf
	2. Kemudahan akses bantuan modal usaha
	3. Pelatihan dan pengembangan kapasitas usaha dan bisnis

11. Musik

Kondisi dan karakteristik pelaku usaha pada sub sektor musik disajikan pada tabel berikut:

Tabel 11. Kondisi Dan Karakteristik Responden Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fotografi

No.	Karakteristik Responden	Kondisi dan Karakteristik
1	Jenis Sub Ekraf	Musik (pertunjukan dan rekaman musik)
2	Lama Usaha	2 tahun
3	Jumlah Tenaga Kerja	6 orang
4	Jumlah Omset	1 - 5 juta/bulan
5	Jumlah Responden	1

Permasalahan	1. Kurangnya peran pemda dalam menunjang musik di Kota Baubau
Lain	1. Adanya perhatian pemerintah untuk pengembangan musik di Kota Baubau
Harapan	2. Adanya bantuan alat musik dan studio

Kapasitas dan Keunggulan Ekonomi Kreatif dan Ekosistemnya

Kapasitas ekonomi kreatif dan ekosistemnya di Kota Baubau dilakukan dengan memberi nilai skor dan bobot setiap indikator dan sub indikator pada masing-masing sub sektor ekonomi kreatif dan ekosistemnya. Penilaian ini dimaksudkan untuk melihat keunggulan dan kekuatan dari setiap sub sektor yang ada di Kota Baubau yang layak dikembangkan atau menjadi arahan pengembangan prioritas daerah. Selain itu untuk menentukan prioritas pengembangan sub sektor, beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu 1) jumlah pelaku setiap sub sektor ekonomi kreatif yang ada serta berdampak pada kesejahteraan pelakunya; 2) ketersediaan perangkat penunjang dan bahan baku daerah; 3) karakteristik dan kultur daerah; dan 4) kebijakan pengembangan daerah. Hasil penilaian kapasitas dan keunggulan ekonomi kreatif dan ekosistemnya menggunakan analisis NSPM disajikan pada gambar berikut:

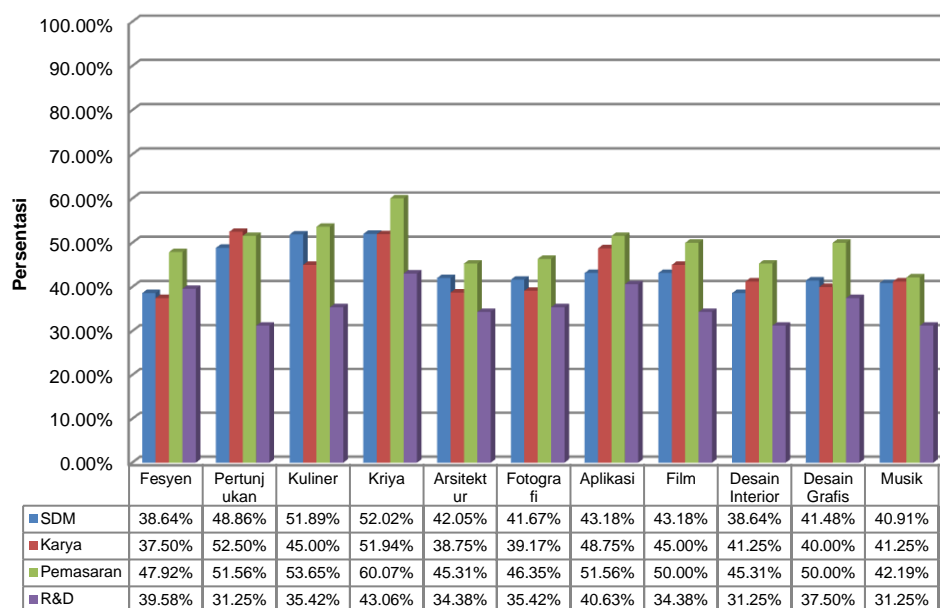
Kemapanan dan Keunggulan Ekonomi Kreatif dan Ekosistemnya

Kemapanan ekonomi kreatif dan ekosistemnya di Kota Baubau dilakukan dengan memberi nilai skor dan bobot setiap indikator dan sub indikator pada masing-masing sub sector ekonomi kreatif dan ekosistemnya. Penilaian ini dimaksudkan untuk melihat keunggulan dan kekuatan dari setiap sub sektor yang ada di Kota Baubau yang layak dikembangkan atau menjadi arahan pengembangan prioritas daerah. Selain itu untuk

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

menentukan prioritas pengembangan subsektor, beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu 1) jumlah pelaku setiap sub sektor ekonomi kreatif yang ada serta berdampak pada kesejahteraan pelakunya; 2) ketersediaan perangkat penunjang dan bahan baku daerah; 3) karakteristik dan kultur daerah; dan 4) kebijakan pengembangan daerah. Hasil penilaian kemampuan dan keunggulan ekonomi kreatif dan ekosistemnya menggunakan analisis NSPM disajikan pada gambar berikut :



Gambar 7. Persentasi Kapasitas Dan Keunggulan Masing-Masing Sub Sektor Ekonomi Kreatif Berdasarkan Ekosistemnya Di Kota Baubau

1. Permasalahan yang timbul dalam pengentasan SDM ekonomi kreatif diantaranya akses permodalan atau keterbatasan modal menjadi point penting yang harus ditindak lanjuti. Keterbatasan modal membuat para pelaku ekonomi kreatif sulit untuk berkembang khususnya dalam peningkatan produksi dan kapasitas usahanya. Selain itu, penghargaan bagi pelaku juga menjadi permasalahan, belum adanya kepedulian dari pihak pemerintah maupun swasta terhadap kinerja yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif di Kota Baubau. Hal ini memberikan tantangan bagi setiap aktor yang terlibat untuk membuat suatu kebijakan yang mengedepankan hasil karya dan kinerja para pelaku ekonomi kreatif agar menjadi pendorong masyarakat untuk selalu berkarya.
2. Permasalahan yang timbul dalam perlindungan karya produk/jasa sektor ekonomi kreatif di Kota Baubau diantaranya sulitnya peningkatan skala usaha produksi. Dukungan *stakeholder* terkait khususnya pemerintah menjadi penting dalam mengatasi permasalahan ini. Sulitnya pengembangan usaha disebabkan beberapa hal yaitu keterbatasan modal akibat kurangnya dukungan akses dan bantuan permodalan serta kurangnya dukungan pemasaran dan distribusi produk/jasa. Selain itu, sertifikasi produk/jasa juga menjadi permasalahan bagi pelaku ekonomi kreatif. Masih banyak produk/jasa belum memiliki sertifikasi atas karya yang dihasilkan,

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.idWebsite : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

dimana originalitas karya yang dihasilkan menjadi kekuatan untuk mendapatkan hak kekayaan intelektual. Belum adanya kepedulian dari pihak pemerintah maupun swasta untuk memberikan perlindungan karya yang original tersebut, sehingga dapat mendorong produktivitas dan pelestarian karya agar tetap menjadi branding daerah.

3. Permasalahan yang ada terkait pemasaran hasil produk/jasa sektor ekonomi kreatif adalah belum optimalnya ruang apresiasi bagi pelaku ekonomi kreatif untuk mempromosikan dan memasarkan hasil karyanya, seperti pelaksanaan even, festival dan lainnya. Pelaksanaan even, festival, pertunjukan seni, atau acara besar lainnya, dapat meningkatkan antusias para pelaku ekonomi kreatif dan komunitas untuk turut menyelenggarakannya, dimana mereka dapat memasarkan karyanya. Dukungan *stakeholder* terkait khususnya pemerintah dan komunitas menjadi penting dalam mengatasi permasalahan ini, melalui peningkatan jumlah pelaksanaan event, festival, pameran, ataupun acara besar lainnya setiap tahun.

Berdasarkan observasi, FGD dan hasil analisis diperoleh sub sektor unggulan atau sub sektor yang menjadi prioritas pengembangan daerah di Kota Baubau yaitu sub sektor kriya, seni pertunjukan dan kuliner. Penentuan ini dilakukan berdasarkan hasil observasi berupa jumlah pelaku setiap sub sektor ekonomi kreatif yang ada serta berdampak pada kesejahteraan pelakunya dan ketersediaan perangkat penunjang dan bahan baku daerah serta menjadi lokomotif bagi subsektor ekonomi kreatif lainnya. Berdasarkan hal tersebut sub sektor kriya, seni pertunjukan dan kuliner menjadi peluang prioritas pengembangan dengan adanya jumlah pelaku dan bahan baku yang relatif banyak membuat sub sektor ini menjadi daya tarik daerah dengan berbagai kekhasan dan keaslian konten ekonomi kreatif yang diciptakan. Hasil FGD yang mencakup aktor yang berperan dalam pengembangan ekonomi kreatif memberikan penguatan 3 sub sektor ini sebagai sub sektor unggulan. Berdasarkan hasil FGD bahwa sub sektor kriya, seni pertunjukan dan kuliner memiliki karakteristik kultur daerah dan budaya yang kuat, selain itu terdapat arahan kebijakan pengembangan daerah berbasis budaya yang mendukung sektor ini terus berkembang.

Pengembangan setiap subsektor ekonomi kreatif yang unggul atau menjadi prioritas pengembangan daerah Kota Baubau mencakup 4 indikator ekosistem, dimana setiap indikator ekosistem memiliki sub indikator sebagai tolak ukur penilaian kemapanaan dan kapasitas dari 3 subsektor ekonomi kreatif unggulan, sehingga dapat dilihat besaran upaya yang harus dilakukan.

V. PENUTUP

Identifikasi kondisi dan karakteristik ekonomi kreatif dilakukan dengan menentukan responden pelaku dari setiap sub sektor ekonomi kreatif di Kota Baubau. Hasil penentuan responden yaitu sebanyak 143 responden yang terbagi atas 11 sub sektor ekonomi kreatif di Kota Baubau meliputi fashion, seni pertunjukan, kuliner, kriya, dan others (arsitektur, fotografi, aplikasi, film, desain interior, desain grafis dan musik). Secara umum permasalahan-permasalahan yang ada pada 11 sub sektor ekonomi kreatif di Kota Baubau antara lain kurang modal, keterbatasan teknologi peralatan, kurangnya pelatihan, kurangnya refensi pengembangan produk, kurangnya peran pemerintah daerah dalam menginspirasi karya pertunjukan, kurangnya peran pemerintah daerah

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

dalam menunjang kelestarian budaya tenun di Kota Baubau, tidak adanya ruang apresiasi bagi pelaku ekraf arsitektur baik dalam skala event maupun pembangunan daerah, ketersediaan peralatan yang sulit, kurangnya perhatian pemerintah terhadap pelaku ekraf pembuatan film ataupun video, tidak ada landasan hukum dan kebijakan, serta kurangnya peran pemerintah daerah dalam menunjang sub sector ekonomi kreatif seperti musik di Kota Baubau. Permasalahan-permasalahan yang ada dapat memberikan tantangan bagi setiap aktor yang terlibat untuk membuat suatu kebijakan yang mengedepankan hasil karya dan kinerja para pelaku ekonomi kreatif agar menjadi pendorong masyarakat untuk selalu berkarya dan dapat mendorong produktivitas dan pelestarian karya agar tetap menjadi branding daerah.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Adalah. (2021). *Ekonomi Kreatif Adalah: Ciri, Jenis dan Sektor Ekonomi Kreatif*. Retrieved from <https://adalah.co.id/ekonomi-kreatif/>
- Asmoro, Eddi Indro. (2012). *Perancangan Incubator Model Triple Helix Untuk Efektifitas Proses Knowledge Transfer Sebagai Strategi Pengembangan UMKM*. Insitut Teknologi Surabaya.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf). (2016). *Sistem Ekonomi Kreatif Nasional*. Buku Pemeringkatan Kabupaten/Kota Kreatif.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). *Opus Ekonomi Kreatif Outlook 2019*.
- Badan Pusat Statistik Kota Baubau. (2020). *Statistik Kota Baubau*.
- Departemen Perdagangan RI. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*
- Departemen Perdagangan RI. (2018). *Studi Industri Kreatif Indonesia*
- Esti, RK, & Suryani D,. (2008). *Potret Industri Kreatif Indonesia*. Economic Review, No. 212. Jakarta
- Etzkowitz, H. (1997). *The Triple Helix: Academy-Industry-Governement Relations And The Growth Of Neo-Corporatist Industrial Policy In The U.S.*, In S. Campodall'Orto (ed.), *Managing Technological Knowledge Transfer*, EC Social Sciences COST A3, Vol. 4, EC Directorate General, Science, Research and Development, Brussels.
- Indonesia Creative Cities Network (ICCN). (2017). *Buku Putih, Kota Kreatif "Ekosistem yang Mencipta"*. Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf).
- Kudus, I. & Firmansyah. (2019). *Buku Promosi Kerajinan Tenun Daerah*.
- Nugroho, Puguh Setyo & Malik C. (2009). *Analisis Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia*. FEB UNS.
- Pangestu, Mari Elka. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Departemen Pedagangan RI. Jakarta.
- Porter, Michael, E. (1998). *From Competitive Advantage to Corporate Strategy*. Harvard Business Review. May-June. Pp117-1151.
- Ragam Dan Produk Diversifikasi Tenun Di Kota Baubau.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- Simatupang, Tagor. (2008). *Industri Kreatif Indonesia*. Sekolah Bisnis dan Manajemen

Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen

Email : megaaktiva@febi.umkendari.ac.id

Website : <https://megaaktiva.umkendari.ac.id/index.php/Jurnal>

Institut Teknologi Bandung.

Sopanah, Syamsul Bahri, & Mohammad Ghozali. (2020). Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. Scopindo Media Pustaka. Surabaya

Suryana. (2013). Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah ide dan Menciptakan Peluang. Salemba Empat. Jakarta.

Sutanto, M. Himawan. (2014). Gelombang Ekonomi Ke Empat, Gelombang Ide dan Gagasan. Jurnal Komunikator, Vol. 6 No.1 Mei