

LAPORAN AKHIR

UPAYA PEMERINTAH DAERAH DALAM MENUMBUHKAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT SUMATERA UTARA

Oleh :

BIDANG EKONOMI DAN PEMBANGUNAN



**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PROVINSI SUMATERA UTARA
2021**

Lembar Persetujuan,

LAPORAN AKHIR

KEGIATAN

KELITBANGAN YANG MENDUKUNG SUB BIDANG EKONOMI

Judul Penelitian :

**UPAYA PEMERINTAH DAERAH DALAM MENUMBUHKAN EKONOMI
KREATIF MASYARAKAT SUMATERA UTARA**

Oleh :

**Tim Kelitbangan Yang Mendukung Sub Bidang Ekonomi
Bidang Ekonomi dan Pembangunan**

Disetujui dan disahkan Oleh:

**KABID EKONOMI DAN PEMBANGUNAN
BALITBANG PROVSU**

**TIM PENGENDALI MUTU
(TPM)
BALITBANG PROVSU
Ketua,**

**Dra. Indah Dwi Kumala
Pembina Tk.I
NIP. 19680716 199302 2 001**

**H. Makrum Rambe, SE, MM
Pembina TK. I
NIP. 19650310 199003 1 004**

Mengetahui,

**KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PROVINSI SUMATERA UTARA**

**HARIANTO BUTAR BUTAR, SE., M.Si
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19680916 199503 1 005**

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi masalah.....	9
C. Fokus Penelitian	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Ekonomi Kreatif.....	12
B. Subsektor Ekonomi Kreatif.....	15
C. Peran Pemerintah dalam Pembangunan Ekonomi	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi & Waktu Penelitian	25
B. Jenis Penelitian.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data.....	28
D. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara	31
B. Permasalahan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara.....	54
1. Permasalahan terkait Sumber Daya Manusia (SDM)	54

2. Permasalahan terkait Bahan Baku.....	56
3. Permasalahan terkait Permodalan/Pembiayaan	59
4. Permasalahan terkait Kelembagaan	61
5. Permasalahan terkait Produk/Hasil/Jasa	64
6. Permasalahan terkait Sarana Prasarana.....	66
7. Permasalahan terkait Pemasaran.....	69
C. Upaya Pemerintah Daerah dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara	71
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
A. Kesimpulan.....	91
B. Rekomendasi	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Batu Capaian (<i>Milestones</i>) Ekonomi Kreatif di Indonesia.....	14
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Subsektor Ekonomi Kreatif di 4 Kabupaten/Kota di Sumatera Utara	5
Tabel 2. Permasalahan untuk Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	6
Tabel 3. Jumlah Pelaku Usaha Subsektor EKonomi Kreatif di 4 Kabupaten/Kota di Sumatera Utara	26
Tabel 4. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	27
Tabel 5. Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif di Sumatera Utara Berdasarkan Masing-Masing Subsektor	31
Tabel 6. Jumlah Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Sumatera Utara Berdasarkan Masing-Masing Subsektor	32
Tabel 7. Jumlah Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Kabupaten/Kota di Sumatera Utara.....	32
Tabel 8. Subsektor Ekonomi Kreatif di 4 Kabupaten/Kota	34
Tabel 9. Beberapa Usaha/Industri Ekonomi Kreatif di Kabupaten Deli Serdang.	35
Tabel 10. Beberapa Usaha/Industri Ekonomi Kreatif di Kota Tebing Tinggi	38
Tabel 11. Beberapa Usaha/Industri Ekonomi Kreatif di Kota Binjai	39
Tabel 12. Beberapa Usaha/Industri Ekonomi Kreatif di Kabupaten Karo.....	42
Tabel 13. Usaha/Industri Ekonomi Kreatif yang Diobservasi di Lapangan	48
Tabel 14. Permasalahan SDM dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif.....	54
Tabel 15. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah SDM dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif.....	55
Tabel 16. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan SDM dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota..	56
Tabel 17. Permasalahan Bahan Baku dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif.....	56
Tabel 18. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Bahan Baku dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	58

Tabel 19. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Bahan Baku dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota.....	58
Tabel 20. Permasalahan Permodalan/Pembiayaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	59
Tabel 21. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Permodalan/Pembiayaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	60
Tabel 22. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Permodalan/Pembiayaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota	60
Tabel 23. Permasalahan Kelembagaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif ..	61
Tabel 24. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Kelembagaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif.....	62
Tabel 25. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Kelembagaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing Masing Kabupaten/Kota	63
Tabel 26. Permasalahan Produk/Hasil/Jasa dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	64
Tabel 27. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Produk/Hasil/Jasa dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif.....	65
Tabel 28. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Produk/Hasil/Jasa dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing Masing Kabupaten/Kota	65
Tabel 29. Permasalahan Sarana Prasarana dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	66
Tabel 30. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Sarana Prasarana dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	67
Tabel 31. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Sarana Prasarana dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota.....	67
Tabel 32. Permasalahan Pemasaran dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	69

Tabel 33. Permasalahan Permodalan/Pembiayaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif	69
Tabel 34. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Pemasaran dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota.....	70
Tabel 35. Upaya & Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat.....	71
Tabel 36. Dukungan Program dan Kegiatan OPD dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara.....	74
Tabel 37. Industri Unggulan Provinsi di Sektor Ekonomi Kreatif	80
Tabel 38. Program Pembangunan dan Pengembangan Industri & Rencana Aksi .	81
Tabel 39. Sasaran, Strategi & Rencana Aksi untuk Menumbuhkembangkan Ekonomi Kreatif.....	84

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Rahmat dan Ridho-Nya kami masih diberikan kesempatan menyelesaikan kegiatan Penelitian berjudul “Upaya Pemerintah Daerah dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara.” Sumatera Utara memiliki 16 subsektor ekonomi kreatif yang tersebar di 33 Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara. Empat subsektor ekonomi kreatif yang memiliki jumlah usaha/industri terbesar, yaitu: Kuliner (74,45%); Fashion (15,66%); Kerajinan (6,85%); Penerbitan (1,35%), dan sisanya berada di bawah 1%.

Ekonomi kreatif di Sumatera Utara tidak tumbuh dan berkembang secara merata. Permasalahan-permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara adalah terkait dengan: SDM, bahan baku, permodalan/ pembiayaan, kelembagaan, produk/hasil/karya, sarana prasarana, dan pemasaran. Upaya dan kebijakan Pemerintah Daerah dalam menumbuhkembangkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara, yaitu: pelatihan, bimbingan, pendampingan, promosi dan pemasaran, publikasi, pengembangan sistem informasi, pengkajian dan penyusunan kebijakan, apresiasi kepada masyarakat kreatif, sosialisasi HKI/PATEN, pembangunan/revitalisasi/fasilitasi sarana prasarana, konseling, temu usaha, pembentukan sentra IKM

Penelitian ini dibuat sebagai upaya untuk menyusun rekomendasi kepada Pemerintah Daerah dalam menyusun berbagai kebijakan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara. Kepala Daerah dan jajarannya perlu mengeluarkan/menerbitkan beberapa regulasi pendukung, membangun UPT, membangun pusat animasi & pusat inovasi, mengembangkan lembaga pendidikan SMK, memfasilitasi *hub and co-working space*, mengembangkan sistem matchmaking pembiayaan, dan mengembangkan platform integrasi pembayaran nontunai.

Dalam pelaksanaan dan proses penyusunan laporan kegiatan penelitian ini, tim peneliti banyak mendapat bimbingan, arahan, saran, komentar, kritik, serta hal-hal lain yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. *Bapak Harianto Butar Butar, SE., M.Si.*, selaku Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
2. *Ibu Dra. Indah Dwi Kumala*, selaku Kepala Bidang Ekonomi Pembangunan di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
3. *Bapak Dr. Azizul Kholis SE., M.Si, M.Pd., CMA, CSRS*, selaku Tim Pengendali Mutu di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
4. *Bapak Dr. Bakhrul Khair Amal, M.Si*, selaku Tim Pengendali Mutu di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
5. *Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si*, selaku Tim Pengendali Mutu di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara;
6. *Bapak Dr Sofian SE, M.Si*, selaku Narasumber;
7. Bapak/Ibu teman-teman pegawai di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara.

Kami menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kami sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran demi peningkatan hasil kajian maupun penelitian ke arah yang lebih baik dikemudian hari.

Demikian pengantar, semoga hasil penelitian ini bermanfaat tidak saja bagi Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, namun juga stakeholders lain yang hendak melakukan berbagai upaya dan kebijakan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara.

Medan, Mei 2021

Tim Peneliti
Ketua,

Dr. Jonni Sitorus
NIP. 197407312009031001

SAMBUTAN
KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN PROVINSI
SUMATERA UTARA PADA KEGIATAN PENELITIAN BERJUDUL
“UPAYA PEMERINTAH DAERAH DALAM MENUMBUHKAN
EKONOMI KREATIF MASYARAKAT SUMATERA UTARA”

Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara menyambut baik telah tersusunnya kegiatan penelitian berjudul “Upaya Pemerintah Daerah dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara”

Ekonomi kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari suatu ide atau gagasan kekayaan intelektual yang mengandung keorisinalan, lahir dari kreativitas intelektual manusia, berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, keterampilan, serta warisan budaya. Pembangunan ekonomi kreatif tidak terbatas hanya pada pengembangan subsektor ekonomi kreatif, tetapi juga berupaya menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor penggerak di setiap sektor ekonomi melalui pemanfaatan Iptek, design thinking, berorientasi budaya lokal, dan pemanfaatan media secara optimal untuk meningkatkan literasi dan konsumsi pasar di dalam dan luar negeri.

Berbagai upaya menjadi perhatian pemerintah dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara, diantaranya: apresiasi dan literasi terhadap produk, karya dan jasa kreatif lokal; dukungan terhadap regulasi; serta peningkatan akses dan distribusi terhadap informasi dan pengetahuan SDM dan SDA, dan hal lainnya. Pemerintah perlu hadir dan memastikan segala permasalahan yang menyangkut tentang ekonomi kreatif untuk dapat diselesaikan agar kehadiran usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara dapat dirasakan oleh semua kalangan.

Dengan telah selesainya kegiatan ini, diharapkan dapat memberi masukan bagi Pemerintah Daerah dalam menyusun kebijakan-kebijakan pembangunan daerah untuk menumbuhkembangkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara.

Kami menyadari bahwa kajian ini jauh dari sempurna, oleh sebab itu Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara memerlukan kritik dan saran konstruktif sebagai masukan untuk membenahi diri. Semoga ke depan Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara mampu menghasilkan kajian dan penelitian sebagai dasar pengambilan kebijakan di Sumatera Utara.

Demikian sambutan ini, semoga Laporan Penelitian ini dapat bermanfaat.

Medan, Mei 2021

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
PROVINSI SUMATERA UTARA

HARIANTO BUTAR BUTAR, SE., M.Si
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19680916 199503 1 005

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan usaha/industri ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara, memetakan permasalahan-permasalahan serta menganalisis upaya Pemerintah Daerah dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara. Penelitian merupakan kualitatif dengan pendekatan naratif dan dianalisis secara kualitatif. Penelitian dilakukan di Deli Serdang, Tebing Tinggi, Binjai, dan Karo. Informan kajian terdiri dari: Perindustrian dan Perdagangan atau sebutan lain; Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau sebutan lainnya; Dinas Pariwisata atau sebutan lain. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan diskusi. Sumatera Utara memiliki 16 subsektor ekonomi kreatif yang tersebar di 33 Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara. Empat subsektor ekonomi kreatif yang memiliki jumlah usaha/industri terbesar, yaitu: Kuliner (74,45%); Fashion (15,66%); Kerajinan (6,85%); Penerbitan (1,35%), dan sisanya berada di bawah 1%. Ekonomi kreatif di Sumatera Utara tidak tumbuh dan berkembang secara merata. Permasalahan-permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara adalah terkait dengan: SDM, bahan baku, permodalan/pembiayaan, kelembagaan, produk/hasil/karya, sarana prasarana, dan pemasaran. Upaya dan kebijakan Pemerintah Daerah dalam menumbuhkembangkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara, yaitu: pelatihan, bimbingan, pendampingan, promosi dan pemasaran, publikasi, pengembangan sistem informasi, pengkajian dan penyusunan kebijakan, apresiasi kepada masyarakat kreatif, sosialisasi HKI/PATEN, pembangunan/revitalisasi/fasilitasi sarana prasarana, konseling, temu usaha, pembentukan sentra IKM. Kepala Daerah dan jajarannya perlu mengeluarkan/menerbitkan beberapa regulasi pendukung, membangun UPT, membangun pusat animasi & pusat inovasi, mengembangkan lembaga pendidikan SMK, memfasilitasi *hub and co-working space*, mengembangkan sistem *matchmaking* pembiayaan, dan mengembangkan platform integrasi pembayaran nontunai.

Kata kunci: Upaya Pemerintah Daerah, Kebijakan, Ekonomi Kreatif, Permasalahan

ABSTRACT

The research aims to describe the creative economy business/industry of North Sumatra public, map the problems and analyze the efforts of the Regional Government in growing the creative economy of North Sumatra public. This research is a qualitative research with a narrative approach and is analyzed qualitatively. The research was conducted in Deli Serdang, Tebing Tinggi, Binjai, and Karo. The study informants consisted of Perindustrian dan Perdagangan atau sebutan lain; Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) atau sebutan lainnya; Dinas Pariwisata atau sebutan lain. Data collection was carried out through interviews, observation, documentation, and discussion. North Sumatra has 16 creative economy subsectors in 33 regencies/cities in North Sumatra. The four creative economy subsectors that have the largest number of businesses/industries, namely: Culinary (74.45%); Fashion (15.66%); Crafts (6.85%); Publishing (1.35%), and the rest is under 1%. The creative economy in North Sumatra does not grow and develop equally. Problems in growing the creative economy of North Sumatra public are related to: human resources, raw materials, capital/financing, institutions, products/products/works, infrastructure, and marketing. The efforts and policies of the Regional Government in developing the creative economy of North Sumatra public, namely: training, guidance, assistance, promotion and marketing, publication, development of information systems, assessment and formulation of policies, appreciation of creative communities, socialization of IPR/PATEN, development/revitalization/facilitation of infrastructure, counseling, business meetings, establishment of IKM centers. Regional heads and their staff need to issue/issue several supporting regulations, build Unified Service Unit, build animation & innovation centers, develop vocational education institutions, facilitate hubs and co-working spaces, develop a financing matchmaking system, and develop a non-cash payment integration platform.

Keywords: Regional Government Efforts, Policy, Creative Economy, Problem

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari suatu ide atau gagasan kekayaan intelektual yang mengandung keorisinalan, lahir dari kreativitas intelektual manusia, berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, keterampilan, serta warisan budaya. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 97 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif terdiri atas 16 subsektor yaitu: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Pembangunan ekonomi kreatif tidak terbatas hanya pada pengembangan subsektor ekonomi kreatif dimaksud, tetapi juga berupaya pada pengarusutamaan ekonomi kreatif dalam setiap sektor ekonomi. Pengarusutamaan tersebut adalah bagaimana menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor penggerak di setiap sektor ekonomi melalui pemanfaatan Iptek, design thinking, berorientasi budaya lokal, dan pemanfaatan media secara optimal untuk meningkatkan literasi dan konsumsi pasar di dalam dan luar negeri.

Disamping capaian ekonomi, ekonomi kreatif juga telah mampu memberikan kontribusi nonekonomi dalam pembangunan nasional. Ekonomi kreatif telah berkontribusi mengangkat citra dan identitas bangsa secara nasional maupun global. Prestasi dalam penghargaan tingkat internasional diraih oleh beberapa hasil kerajinan Indonesia. Pada tahun 2012, 18 hasil kerajinan Indonesia mendapatkan *Award of Excellence for Handicrafts* dari Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Budaya Perserikatan Bangsa Bangsa (UNESCO) yang dipamerkan pada pameran kerajinan terbesar se-Asia Pasifik di Kuwait pada kuartal pertama tahun 2013 dan ditampilkan di SACICT Centre di Bangsai, Ayutthaya, Thailand (<https://www.tribunnews.com/bisnis/2012/10/31/18-produk-kerajinan-indonesia-raih-unesco-award>). Karya kreatif kerajinan Indonesia yang mendapatkan penghargaan tersebut adalah taplak meja berbahan kantong sak

semen yang didaur ulang, lampu berbentuk kurungan ayam dari tembaga yang bermotif batik mega mendung, lampu gantung tembaga Gong Lorigi, mangkuk dari kayu asam, vas dekoratif, keranjang Keban Bronai dari serat mendong, keranjang Dingkul merah, Kain Bahu Songket, Kain Bahu Songket Saluak Laka, Kain Batik disulam Tangan, Kain Tenun Batik, Sandal Ulap Doyo, Ulap Doyo, Tenun Songket Sambas, Kalung dan Anting Suku Nage, Bros Kerawang Incung Kincai, perhiasan dari motif suku Nage, dan Perhiasan Perak.

Beberapa kuliner Indonesia yang melegenda di Negara Amerika Serikat adalah soto ayam Lamongan, sate Maranggi, rendang Padang, asinan Jakarta, dan nasi goreng kampung. Kuliner ini diperkenalkan di AS oleh William Wongso, yaitu seorang pakar kuliner Indonesia yang kerap mempromosikan ikon kuliner Indonesia di Kedutaan Besar Republik Indonesia di Washington, DC. William Wongso bekerjasama dengan Jurusan Kuliner di Universitas Stratford Virginia untuk menyelenggarakan program pilihan bernama Indonesia Cuisine and Culture (<http://www.okefood.com/read/2014/05/22/299/988814/keren-kuliner-indonesia-hadir-di-universitas-amerika>).

Pengakuan global atas orang, karya, dan usaha kreatif Indonesia juga dialami oleh Cemeti Art House atau Rumah Seni Cemeti. Terbentuk sejak tahun 1998 di Yogyakarta, Cemeti berkomitmen untuk mendukung kemajuan seni rupa Indonesia di kancah internasional (<http://www.cemetiarthouse.com/index.php?page=about&lang=id>). Pada pertengahan tahun 1990-an, Cemeti membawa seni rupa kontemporer Indonesia ke berbagai negara di dunia. Pada tahun 2000-an, misalnya, Cemeti mengadakan berbagai *artist talk*, pameran, dan presentasi proyek seni. Kegiatan-kegiatan ini antara lain Art of Bamboo yang diikuti oleh seniman Indonesia dan Denmark pada tahun 2002 dan pameran keliling di Den Haag, Amsterdam, Jakarta, Singapura, Semarang, dan Shanghai pada tahun 2007. Selain itu, pada tahun 2006 Cemeti berhasil mendapatkan John D. Rockefeller 3rd Award dari Amerika Serikat. Demi meningkatkan kualitas orang kreatif seni rupa, Cemeti juga bekerjasama dengan berbagai asosiasi seniman di luar negeri untuk menyelenggarakan residensi. Program residensi Cemeti sejauh ini telah bekerjasama dengan Haden-Den Haag dan Kedutaan Besar Belanda;

Asian Cultural Council di New York, Amerika Serikat; API di Tokyo, Jepang; Asialink di Melbourne, Australia; dan Fonds BKVB, Belanda. Hingga tahun 2013, Cemeti membuka residensi bagi para seniman dalam dan luar Indonesia dengan harapan dapat menguatkan citra dan identitas bangsa di bidang seni rupa.

Subsektor ekonomi kreatif di bidang penerbitan yang sukses di luar negeri adalah karya-karya Pramoedya Ananta Toer yang semakin kukuh dan diakui secara internasional setelah buku-bukunya diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris. Pramoedya Ananta Toer atau yang lebih dikenal dengan panggilan Pram merilis buku pertamanya yang berjudul Perburuan pada tahun 1950 (www.Britannica.com/EBchecked/topic/473934/Pramoedya-Ananta-Toer). Pada tahun yang sama Pram juga merilis Buku berjudul Keluarga Gerilya. Dua buku ini adalah novel sejarah yang menceritakan kehidupan masyarakat Indonesia saat masa penjajahan Belanda dan Jepang. Pram merilis banyak sekali buku yang memengaruhi dunia penerbitan Indonesia. Karyanya yang sangat sukses di dalam maupun di luar negeri adalah tetralogi buru, yang meliputi buku Bumi Manusia, Anak Semua Bangsa, Jejak Langkah, dan Rumah Kaca. Keempat buku ini diterbitkan selama dekade 1980-an, dekade yang juga mengawali penerbitan buku-buku Pram dalam Bahasa Inggris (www.nytimes.com/2006/05/01/books/01prem.html?_r=2&). Kesuksesan Pram di kancah internasional dibuktikan melalui berbagai penghargaan dari berbagai negara. Beberapa penghargaan tersebut antara lain PEN atau Barbara Goldsmith Freedom to Write Award dari Amerika Serikat, The English P.E.N Centre Award dari Inggris, Stichting Wertheim Award dari Belanda, Ramon Magsaysay Award for Journalism, Literature and Creative Communication Arts dari Filipina, Chevalier de l'Ordre des Arts et des Lettres dari Perancis, Fukuoka Asian Culture Prize dari Jepang, Norwegian Authors' Union Award dari Norwegia, dan Pablo Neruda Award dari Chile.

Kesuksesan orang kreatif Indonesia di layar televisi juga diraih oleh salah seorang model, pemandu acara, dan wirausahawan bernama Nadya Hutagalung. Nadya Hutagalung memasuki dunia hiburan model pada umur 12 tahun (<http://nadyahutagalung.com/>). Pada tahun 1990-an, Nadya Hutagalung mulai

merambah dunia televisi sebagai video jockey (VJ) untuk MTV Asia. Nadya adalah salah satu VJ MTV Asia pertama dan pada zamannya dia menghibur lebih dari 70 juta rumah tangga di seluruh Asia. Kariernya di dunia hiburan kemudian dimanfaatkan dalam usaha-usahanya mengkampanyekan berbagai isu lingkungan. Pada tahun 2009, Nadya Hutagalung dianugerahi penghargaan Best Host TV oleh majalah ELLE atas keeksisannya di dunia televisi. Nadya Hutagalung juga mendapatkan penghargaan MNC Lifestyle dari MNC Lifestyle Channel atas usahanya untuk menginspirasi perempuan Indonesia. Sejak tahun 2012, Nadya Hutagalung tampil di televisi di seluruh Asia sebagai pembawa acara dan salah satu juri dalam acara Asia's Next Top Model. Melalui acara ini, Nadya Hutagalung berhasil menempatkan dirinya sebagai orang kreatif di bidang televisi Indonesia yang diakui di tingkat internasional.

Berdasarkan Laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014), beberapa permasalahan ekonomi kreatif: 1) masih relatif rendahnya tingkat profesionalisme, baik dari segi keterampilan maupun keahlian, pengetahuan maupun sikap dan perilaku, serta akses terhadap kesempatan bekerjasama dan berjejaring dengan pelaku kreatif lainnya baik di tingkat lokal, nasional, dan global; 2) jumlah usaha kreatif di Indonesia relatif rendah; 3) *awareness* pasar mengenai produk dan karya kreatif Indonesia masih rendah; 4) rendahnya keberlanjutan produksi dan kemampuan untuk melakukan *branding*, mengembangkan kemasan dan keragaman, dan menghasilkan produk dan karya kreatif yang ramah lingkungan; 5) pendanaan masih menjadi kendala dalam mengembangkan ekonomi kreatif Indonesia, khususnya kelompok industri kreatif yang *output*-nya *intangibile*, seperti desain, film, musik, video, teknologi informasi, permainan interaktif, animasi, seni rupa, seni pertunjukan, penelitian dan pengembangan, dan televisi dan radio; 6) infrastruktur logistik kurang memadai dan biaya logistik yang tinggi; dan 7) ketersediaan dan keandalan infrastruktur komunikasi, fisik, serta pembiayaan nontunai masih menjadi hambatan.

Berdasarkan Statistik Ekonomi Kreatif Sumatera Utara, jumlah usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara sebanyak 401.105 unit usaha, dengan rincian:

1.100 berbentuk PT/PERSERO, 665 berbentuk CV, 10.452 berbentuk izin khusus, 366 badan usaha lain, 388.522 tidak berbadan usaha. Persentase jumlah usaha berdasarkan subsektor ekonomi kreatif di Sumatera Utara adalah: kuliner 74,45%, Kriya 6,86%, Fesyen 15,66%, TV & Radio 0,05%, Penerbitan 1,35%, Musik 0,71%, Arsitektur 0,06%, Applications & Games 0,18%, Periklanan 0,04%, Fotografi 0,3%, Desain Komunikasi Visual 0,001%, Seni Pertunjukan 0,16%, Desain Produk 0,02%, Seni Rupa 0,11%, Film, Animasi & Video 0,05%, dan Desain Interior 0,01% (Statistik Ekonomi Kreatif: BPS, 2019).

Berdasarkan survei tim peneliti ke Kota Tebing Tinggi, Kabupaten Deli Serdang, Kota Binjai, dan Kabupaten Karo di Sumatera Utara, bahwa keempat daerah ini memiliki beberapa usaha/industri yang tergolong ke subsektor ekonomi kreatif, disajikan dalam bentuk matriks berikut.

Tabel 1. Subsektor Ekonomi Kreatif di 4 Kabupaten/Kota di Sumatera Utara

Jenis Usaha/Industri Berdasarkan Subsektor Ekonomi Kreatif	T. Tinggi*	Deli Serdang**	Binjai***	Karo****
Aplikasi & Game Developer	-	-	-	√
Arsitektur	-	-	-	√
Desain Interior	-	-	-	√
Desain Produk	√	√	-	√
Desain komunikasi visual	-	-	-	√
Fashion	√	√	-	√
Film, Animasi, dan Video	-	-	√	√
Fotografi	√	-	-	√
Kerajinan Kayu (kriya)	√	√	√	√
Kuliner	√	√	√	√
Musik	√	-	√	√
Penerbitan	-	√	-	√
Periklanan	-	-	-	√
Seni Pertunjukan	√	√	-	√
Seni Rupa	√	-	-	√
Televisi dan radio	√	-	-	√

Sumber: *Dinas Perdagangan; Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata; Dinas Tenaga Kerja; **Dinas Perindustrian dan Perdagangan; Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata; Dinas Koperasi dan UKM ***Dinas Pariwisata; Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan; ****Dinas Perindustrian dan Perdagangan; Dinas Tenaga Kerja; Bappeda; Dinas Pariwisata

Dari survei awal diperoleh beberapa permasalahan untuk menumbuhkan ekonomi kreatif, disajikan dalam bentuk matriks berikut:

Tabel 2. Permasalahan untuk Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

Permasalahan	Kabupaten/Kota			
	Tebing Tinggi [*]	Deli Serdang ^{**}	Binjai ^{***}	Karo ^{****}
Bahan Baku	√	-	-	√
✓ Kesulitan mendapatkan bahan baku untuk jenis subsektor yang butuh bahan baku, misalnya: kerajinan kayu, fashion, dll				
✓ Kurangnya riset bahan baku	√	-	-	√
✓ Standardisasi dan sertifikasi bahan baku yang belum baik	-	√	-	√
Permodalan/Pembiayaan	√	√	√	√
✓ Kurangnya permodalan				
✓ Perbankan kurang menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi wirausaha di sektor ekonomi kreatif	√	-	-	√
✓ Pemberian kredit kepada pelaku wirausaha di sektor ekonomi kreatif dianggap beresiko tinggi	√	√	√	√
✓ Biaya transaksi kredit relatif tinggi	-	√	√	√
Kelembagaan	√	√	-	√
✓ Belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor ekonomi kreatif				
✓ Iklim usaha belum cukup kondusif	√	√	-	√
✓ Apresiasi kelembagaan rendah	√	√	√	√
✓ Kurang luasnya jejaring usaha di sektor ekonomi kreatif membuat pelaku menjadi kurang berdaya dalam meningkatkan usahanya	√	-	√	√
✓ Masih banyak usaha di sektor ekonomi kreatif bersifat informal	√	-	√	√
✓ Industri pendukung yang lemah	√	√	√	√
✓ Usaha di sektor ekonomi kreatif yang memanfaatkan/menggunakan sistem duster dalam bisnis belum banyak	√	-	-	√
SDM	√	√	√	√
✓ Lemahnya kemampuan pelaku usaha dalam hal manajemen				
✓ Sebagian besar pelaku usaha di sektor ekonomi kreatif memiliki tingkat pendidikan ≤ SMA atau sederajat	√	√	√	√
✓ Lemahnya penguasaan terhadap networking atau jaringan kerja dan akses pasar	√	√	√	√
✓ Lemahnya kemampuan untuk mengorganisir diri	√	√	-	√
✓ Lemahnya kemampuan pemasaran/promosi	√	√	√	√
✓ Lemahnya penguasaan jaringan pasar	√	√	√	√
✓ Lemahnya penguasaan fasilitas teknologi dan informasi	√	√	√	√
Produk/Hasil/Jasa	√	√	√	√
✓ Kurangnya inovasi				
✓ Rendahnya daya saing	√	√	-	√
✓ Jumlah produk/hasil/jasa yang dapat mencapai pasar internasional sangat sedikit sekali	√	√	√	√
✓ Tidak banyak pelaku usaha menyadari pentingnya merek	√	√	√	√

Permasalahan	Kabupaten/Kota			
	Tebing Tinggi*	Deli Serdang**	Binjai***	Karo****
✓ Kurang diminati masyarakat konsumen	√	√	-	√
✓ Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal	√	√	√	√
✓ kurangnya riset konten	√	√	√	√
✓ Kurangnya aktivitas pengarsipan konten	√	√	√	√
Sarana Prasarana	√	√	-	√
✓ Infrastruktur internet belum memadai	√	√	√	√
✓ Infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar	√	√	√	√
✓ Mahalnya mesin produksi	√	√	√	√
✓ Mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif	√	√	√	√
Pemasaran	√	√	√	√
✓ Terbatasnya ruang publik untuk memamerkan, memperjualbelikan, dan menjelaskan karya-karya kreatif				
✓ Kesulitan mendistribusikan barang	√	√	-	√
✓ Belum memaksimalkan pemasaran online	√	√	√	√
✓ Kurangnya channel untuk pendistribusian barang		√	√	√
✓ Pelaku usaha hanya menasar pelanggan-pelanggan lama dan cakupan wilayah pemasaran masih sangat terbatas di wilayah setempat	√	√	√	√

Sumber: *Dinas Perdagangan; Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata; Dinas Tenaga Kerja; **Dinas Perindustrian dan Perdagangan; Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata; Dinas Koperasi dan UKM ***Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan; ****Dinas Perindustrian dan Perdagangan; Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM; Dinas Pariwisata

Berbagai upaya menjadi perhatian pemerintah dalam menyelesaikan atau meminimalisir permasalahan-permasalahan di atas agar ekonomi kreatif dapat tumbuh dan berkembang. Apresiasi dan literasi terhadap produk, karya dan jasa kreatif lokal sangatlah diperlukan untuk meningkatkan pangsa pasar di dalam negeri. Oleh karena itu, dibutuhkan fasilitasi pemerintah untuk memperluas pasar di dalam dan luar negeri antara lain melalui peningkatan kualitas *branding*, promosi, misi dagang *business to business*, perluasan jejaring antar wirausaha dan usaha kreatif, diplomasi budaya sebagai *softpower*, dan fasilitasi kemitraan dengan ritel *modern* untuk mendistribusikan produk kreatif.

Faktor lain yang tak kalah pentingnya dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah faktor kelembagaan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Kelembagaan tidak hanya mencakup regulasi yang mendukung penciptaan iklim yang kondusif untuk berkembangnya industri kreatif, namun juga meliputi

adanya partisipasi aktif pemangku kepentingan, pengarusutamaan kreativitas, partisipasi aktif serta terciptanya apresiasi terhadap orang, karya, wirausaha, dan usaha kreatif lokal dan sumber daya alam dan budaya lokal.

Regulasi yang mendukung penciptaan iklim usaha yang kondusif, misalnya adalah: lingkungan pendidikan dan apresiasi terhadap kreativitas; pengembangan sumber daya bagi industri kreatif; penciptaan nilai kreatif dan penataan industri kreatif dan industri pendukung penciptaan nilai kreatif; pembiayaan bagi industri kreatif; perluasan pasar karya kreatif; pengembangan dan penyediaan teknologi dan infrastruktur pendukung industri kreatif, dan Hak Kekayaan Intelektual. Partisipasi aktif pemangku kepentingan meliputi: sinergi, koordinasi dan kolaborasi antaraktor (intelektual, bisnis, komunitas, dan pemerintah), dan orang kreatif. Pemerintah perlu menyediakan organisasi atau wadah yang dapat memfasilitasi partisipasi aktif pemangku kepentingan. Dalam rangka pengarusutamaan kreativitas, diperlukan gerakan pengarusutamaan kreativitas yang dapat meningkatkan apresiasi masyarakat, bisnis, pendidikan, dan pemerintahan terhadap kreativitas. Selain itu, pengarusutamaan kreativitas perlu didukung dengan ketersediaan dan aktivasi ruang publik yang memadai untuk memberikan ruang kebebasan berekspresi, berpikir kritis, dan kreatif.

Apresiasi terhadap orang, karya, wirausaha, dan usaha kreatif akan dapat ditingkatkan melalui fasilitasi dan memberikan penghargaan yang prestisius bagi orang, karya, wirausaha, dan usaha kreatif lokal, meningkatkan literasi masyarakat terhadap orang, karya, wirausaha, dan usaha kreatif lokal dan konsumsi karya kreatif lokal serta meningkatkan apresiasi terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI). Sementara itu, apresiasi terhadap sumber daya alam dan budaya lokal juga menjadi penting untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Akses dan distribusi terhadap informasi dan pengetahuan sumber daya alam dan sumber daya budaya lokal serta intensitas komunikasi penggunaan bahan baku lokal ramah lingkungan dan budaya lokal dalam penciptaan karya perlu ditingkatkan sehingga pengetahuan dan *awareness* masyarakat, khususnya orang kreatif terhadap ketersediaan sumber daya alam dan budaya lokal meningkat.

Untuk memperoleh data dan informasi lebih lanjut terkait kebijakan Pemerintah Daerah Provinsi Sumatera Utara dalam rangka meminimalisir permasalahan-permasalahan sebagaimana di atas serta upaya untuk menumbuhkan ekonomi kreatif tentunya perlu dilakukan sebuah proses penelitian.

B. Identifikasi Masalah

Adapun masalah-masalah penelitian ini adalah:

1. Masih rendahnya tingkat profesionalisme wirausaha kreatif;
2. Jumlah usaha kreatif di Indonesia relatif rendah;
3. *Awareness* pasar mengenai produk dan karya kreatif;
4. Rendahnya keberlanjutan produksi dan kemampuan untuk melakukan *branding*;
5. Pendanaan masih menjadi kendala dalam mengembangkan ekonomi kreatif;
6. Nomenklatur industri kreatif dengan *output* produk *intangible* hingga saat ini belum masuk dalam daftar jenis kredit dalam perbankan;
7. Infrastruktur logistik yang kurang memadai dan biaya logistik yang tinggi juga masih menjadi keluhan para pelaku usaha;
8. Ketersediaan dan keandalan infrastruktur komunikasi, fisik, serta pembiayaan nontunai juga masih menjadi hambatan;
9. Kesulitan mendapatkan bahan baku;
10. Belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor ekonomi kreatif;
11. Kesulitan dalam pemasaran produk.

C. Fokus Penelitian

Mengingat masalah yang sangat luas, maka fokus penelitian dibatasi hanya pada upaya Pemerintah Daerah dalam menyelesaikan/meminimalisir permasalahan-permasalahan untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, serta fokus penelitian sebagaimana dipaparkan di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah bagaimana upaya pemerintah untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara.

Lebih spesifik, rumusan masalah penelitian adalah:

1. Bagaimana usaha/industri ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara?
2. Bagaimana permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara?
3. Bagaimana upaya dan kebijakan Pemerintah Daerah untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara?

E. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian adalah mendeskripsikan upaya Pemerintah Daerah untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara. Lebih spesifik, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis usaha/industri ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara.
2. Memetakan permasalahan-permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara.
3. Menganalisis upaya Pemerintah Daerah untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah:

1. Bagi Pemerintah:
 - Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai dasar pemilihan subsektor ekonomi kreatif yang dimungkinkan lebih berpeluang untuk dikembangkan kedepannya;
 - Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai dasar pemilihan prioritas penyelesaian permasalahan ekonomi kreatif berdasarkan urgensi permasalahan serta kemampuan daerah.

2. Bagi masyarakat: hasil penelitian dapat menambah ilmu pengetahuan, pengalaman, pengenalan, dan pemahaman dari beberapa informasi atau fakta tentang ekonomi kreatif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan suatu perwujudan nilai tambah dari suatu gagasan atau ide yang mengandung keaslian, muncul dari kreativitas intelektual manusia, berdasarkan ilmu pengetahuan, keterampilan, serta warisan budaya dan teknologi kekayaan intelektual (Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif). Ekonomi kreatif diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berfikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Ekonomi kreatif sebagai era baru yang mengintensifkan informasi kreatifitas dengan mengandalkan ide dari sumberdaya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam suatu kegiatan ekonominya (Basri, 2012).

Terdapat 3 karakteristik ekonomi kreatif, yaitu kreativitas, penemuan, dan inovasi. Kreativitas adalah suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh dan dapat diterima oleh umum. Kreativitas menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada. Penemuan menekankan pada penciptaan karya yang mempunyai fungsi unik atau belum pernah diakui sebelumnya. Inovasi adalah sesuatu transformasi ide atau gagasan dengan dasar kreativitas untuk menghasilkan produk atau proses yang lebih baik dan bernilai tambah (Departemen Perdagangan, 2008).

Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan hasil ekspor, meningkatkan teknologi, menambah kekayaan intelektual, dan peran sosial lainnya. Ekonomi kreatif dipandang sebagai penggerak pertumbuhan suatu bangsa. Menurut Daubarate dan Startine, ekonomi kreatif memiliki peran yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara (<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/12991/5/BAB%20II.pdf>, diakses Februari 2021), yaitu: 1) menurunkan jumlah pengangguran di suatu negara. Ekonomi kreatif telah mampu menciptakan lapangan pekerjaan; 2) meningkatkan pertumbuhan jumlah ekspor negara.

Ekonomi kreatif mampu menciptakan inovasi produk; 3) memberikan dampak pada peningkatan pengembangan sosial dan budaya dari suatu masyarakat; 4) memberikan kesempatan luas kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan pengembangan ekonomi; 5) peningkatan kualitas hidup masyarakat; dan 6) memberikan kesempatan pada golongan muda untuk bisa mengeksploitasi kemampuan ide kreatif.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif bersumber dari internal dan eksternal. Adapun faktor internal meliputi: 1) modal, yaitu biasanya digunakan untuk mengembangkan usaha atau memperluas pangsa pasar; 2) sumber daya manusia, yaitu kekuatan fisik, fikiran, kemampuan, keterampilan dan keahlian; 3) peralatan yang memadai untuk proses produksi. Sedangkan faktor eksternal meliputi: 1) peran pemerintah, yaitu untuk mengarahkan perusahaan agar mengutamakan kesejahteraan bersama. Pemerintah juga berkepentingan untuk memberdayakan masyarakat agar semakin kreatif dan produktif, serta melestarikan warisan budaya dan lingkungan. Pemerintah berfungsi menyusun regulasi, memberikan layanan, dan membangun koordinasi dengan instansi lain yang terkait (Suryana, 2013); 2) sumber daya alam, yaitu produksi yang bersumber dari kekayaan alam; 3) sarana prasarana pemasaran; 4) persaingan; 5) permintaan; dan 6) teknologi informasi, yaitu diperlukan untuk menciptakan pembaruan, percepatan dan penyaluran produk sehingga menjadi tanpa batas dan cakupannya lebih luas. Industri kreatif harus segera beradaptasi dengan perubahan dan kemajuan teknologi. Dengan menggunakan teknologi maka produk-produk baru dapat tercipta dengan segera. Hasil pembaruan yang tercipta diperlukan untuk merespon permintaan.

Ekonomi kreatif di Indonesia mempunyai peluang yang signifikan terhadap perekonomian nasional, penciptaan bisnis, dan dukungan pada pencitraan dan identitas bangsa, meskipun disadari ada tantangan yang dihadapi. Pada dasarnya, ekonomi kreatif telah tumbuh dan berkembang sejak negara Indonesia ada (Kementerian Perdagangan RI, 2010), akan tetapi baru mendapat perhatian yang khusus sejak tahun 2005. Pemerintah telah meletakkan batu-batu capaian (*milestones*) dan setiap capaian tersebut menjadi titik yang menginspirasi

pengembangan ekonomi kreatif. Secara runtut batu capaian (*milestones*) ekonomi kreatif di Indonesia dapat dikemukakan pada Gambar 1.



Gambar 1. Batu Capaian (*Milestones*) Ekonomi Kreatif di Indonesia

Sumber: Kementerian Perdagangan RI Tahun 2010

Florida (2002) dalam Kemendag (2008) menyatakan bahwa ada 3 strata kreatif, yaitu:

- 1) Inti super kreatif, terdiri dari ilmuwan dan insinyur pada Universitas, pengarang cerita, seniman, dan lainnya yang secara intensif terlibat dalam proses kreatif;
- 2) Pekerja kreatif profesional, seperti berbasis: jasa layanan keuangan, hukum, praktisi kesehatan, teknikal dan manajemen bisnis;
- 3). Strata pekerja yang pada umumnya memiliki gaji/upah yang kecil dan tidak memiliki otonomi dalam pekerjaannya, seperti: pekerja pembersih, pekerja administrasi, keamanan, dan lain lain. Agar strata kreatif berkembang lebih banyak dibanding strata pekerja, pemerintah harus lebih serius dalam mengembangkan sistem pendidikan yang mendukung lahirnya para pekerja kreatif, sehingga ekonomi kreatif yang merupakan ekonomi berbasis pengetahuan dapat tumbuh dan berkembang secara signifikan.

Selanjutnya, terdapat 5 pilar untuk menumbuhkan industri kreatif dalam mencapai Visi dan Misi ekonomi kreatif Indonesia, yaitu:

- (1) Industri, merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu, khususnya industri kreatif;
- (2) Teknologi, yaitu teknik, metode, atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya teknologi untuk mewujudkan kreativitas individu dalam karya nyata;
- (3) Sumberdaya, merupakan input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah sebagai input penunjang dalam industri kreatif;
- (4) Institution, yaitu sebagai tatanan sosial, seperti: sistem nilai, adat istiadat, norma, maupun peraturan perundang-undangan. Industri kreatif memajukan ide-ide yang dapat dieksploitasi menjadi potensi ekonomi. Peran hukum dalam memproteksi ide-ide melalui mekanisme HKI sangat penting;
- (5) Finance intermediary, yaitu lembaga yang berperan untuk menyalurkan pendanaan kepada pelaku industri yang membutuhkan modal/ekuitas maupun pinjaman/kredit.

B. Subsektor Ekonomi Kreatif

Berdasarkan Peraturan Preside Nomor 97 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif terdiri atas 16 sub-sektor yaitu: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Animasi

Animasi merupakan bagian dari subsektor film, video, dan fotografi yang kemudian difokuskan akan dikembangkan secara khusus sebagai kelompok industri kreatif pada periode 2015–2019, karena potensinya yang sangat luas serta memiliki dampak sosial dan budaya yang luas bagi Indonesia, mengingat Indonesia memiliki populasi anak-anak yang sangat besar dan merupakan generasi penerus bangsa yang akan menentukan masa depan Indonesia.

Animasi sebagai bagian subsektor film, video, dan fotografi dalam buku *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025* (Kemenparekraf, 2014)

didefinisikan sebagai tampilan frame ke frame dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa. Frame ke frame adalah pembacaan sequence animasi berdasarkan satu gambar ke gambar lainnya sehingga gambar yang ada terlihat seolah-olah bergerak. Waktu yang dimaksudkan bahwa animasi merupakan objek yang mempunyai durasi tertentu dalam penayangannya sehingga dalam menonton atau menikmatinya diperlukan waktu khusus sesuai durasi dari film animasi tersebut. Ilusi gerakan adalah gambar yang tampil dan terlihat seolah-olah bergerak oleh mata kita. Gambar tersebut sebenarnya banyak dan tampil berurutan dalam waktu tertentu (frame rate). Mempunyai nyawa adalah penggambaran sifat-sifat makhluk hidup yang bernyawa dalam sebuah adegan animasi dengan tingkatan sifat tertentu. Bisa dengan hanya bergerak, berubah bentuk, berperasaan, berekspresi, atau sifat makhluk hidup bernyawa lainnya.

Kategori animasi dapat dilihat berdasarkan: (1) cara atau teknik membuatnya, (2) hasil akhirnya, dan (3) media presentasi yang digunakan. Fokus pengembangan subsektor animasi pada industri kreatif Indonesia periode 2015–2019 meliputi animasi yang berbasis komputer terkait dengan teknik pembuatannya yang ditayangkan di semua jenis media, yaitu: animasi layar lebar, animasi serial TV, animasi iklan, animasi web, dan animasi game, selama pembuatannya masih menggunakan komputer maupun gabungan antara komputer dan manual.

Perkembangan zaman membuat industri animasi secara manual keseluruhan sudah mulai ditinggalkan. Selain itu, titik berat pengembangan animasi periode tahun 2015–2019 adalah pengembangan Intellectual Property (IP) yang memanfaatkan sumber budaya nusantara sebagai modal dasar pengembangan. Yang dimaksud dengan animasi komputer adalah animasi yang dibuat secara digital melalui komputer, dengan hasil akhir yang dapat dibedakan menjadi animasi 2D, 3D, maupun animasi stop motion. Namun dalam periode 2015–2019, Animasi akan difokuskan kepada pengembangan animasi 2D dan 3D. Animasi 2D yang akan dikembangkan terkait dengan animasi digital dua dimensi dengan tetap mengandalkan kekuatan gambar tangan, namun proses produksi tiap

framenya sudah menggunakan bantuan komputer yang biasanya menggunakan alat bernama pen tablet. Sedangkan animasi 3D yang akan dikembangkan meliputi: Animasi Computer Generated (CG) dan Animasi Stop Motion.

Periklanan

Periklanan merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan yang meliputi kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalkan: riset pasar, perencanaan iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, kampanye relasi publik, promosi, tampilan iklan di media cetak dan elektronik, pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan delivery advertising materials atau samples, serta sewaan kolom iklan.

Arsitektur

Kegiatan kreatif berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi secara menyeluruh dari level makro sampai kelevel mikro (misalnya: arsitektur taman, desain interior, dan lainnya).

Kuliner

Kegiatan kreatif berkaitan dengan masak-memasak atau mengolah bahan baku yang dapat dijadikan makanan yang siap dikonsumsi dan menghadirkan nilai jual.

Desain

Kegiatan kreatif berkaitan dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

Pasar Barang Seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar, swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, automobile, film, seni rupa, dan lukisan.

Kerajinan

Kegiatan kreatif berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai dari desain awal sampai dengan

proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan ini umumnya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal).

Musik

Kegiatan kreatif berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

Fashen

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

Permainan Interaktif

Kegiatan kreatif berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata, tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

Video, Film dan Fotografi

Kegiatan kreatif berkaitan dengan kerasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skripsi, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan pameran film.

Seni Pertunjukan

Kegiatan kreatif berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tari-tarian, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik).

Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Kegiatan kreatif berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

Riset dan Pengembangan

Kegiatan kreatif berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar, termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra dan seni, serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

Penerbitan dan Percetakan

Kegiatan kreatif berkaitan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan prangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup terbitan foto-foto, kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

Televisi dan Radio

Kegiatan kreatif berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya, penyiaran dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan relay pemancar siaran radio dan televisi.

C. Peran Pemerintah dalam Pembangunan Ekonomi

Lincoln arsyad (Subandi 2007) berpendapat bahwa ada 4 peran yang dapat diambil oleh pemerintah daerah dalam proses pembangunan ekonomi di daerah, yaitu sebagai entrepreneur, koordinator, fasilitator dan stimulator untuk melakukan inisiatif dan inovatif dalam pembangunan di daerah.

1. Entrepreneur. Peran pemerintah daerah sebagai entrepreneur, adalah merupakan tanggung jawab untuk menjalankan suatu usaha bisnis di daerahnya. Dalam hal ini, pemerintah daerah dapat pengendalian pemerintah daerah. Pemerintah daerah harus mampu mengelola aset-aset pemerintah

daerah dengan lebih baik dan ekonomis, sehingga mampu memberikan keuntungan bagi pemerintah daerah.

Menurut Soares (2015), dkk, pemerintah daerah dapat mendorong tumbuhnya entrepreneur melalui kebijakan terhadap industri kecil. Kebijakan bagi usaha kecil yaitu melalui pemberian bantuan dan pelatihan kepada usaha perorangan untuk meningkatkan usahanya. jika ada pengusaha yang kekurangan modal maka pemerintah bisa membantu dengan memberi kredit dan subsidi kepada pengusaha di daerah. Diharapkan dengan subsidi dan kredit tersebut pengusaha kecil akan mempunyai tingkat yang cukup besar untuk pengembangan usaha lebih lanjut. Pemerintah daerah sebagai entrepreneur memiliki peran penting dalam kegiatan produktif yang mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah maupun negara. Bahwa dengan adanya entrepreneur di daerah akan menciptakan inovasi proses produksi secara berani mengambil resiko dalam melakukan usaha. Dengan kemampuan melakukan inovasi-inovasi dan keberanian menerapkan inovasi dalam perusahaan, entrepreneur mampu mendirikan perusahaan. Usaha baru yang dibangun akan membuka lapangan pekerjaan, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Semakin tinggi jumlah entrepreneur maka semakin tinggi pula pertumbuhan ekonomi. Untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, setidaknya dibutuhkan entrepreneur semaksimal mungkin.

2. Koordinator. Pemerintah daerah harus mampu bertindak sebagai koordinator dalam pembangunan ekonomi di daerahnya, yaitu melalui penetapan kebijakan-kebijakan atau mengusulkan strategi-strategi pembangunan ekonomi yang komprehensif bagi kemajuan daerahnya. Dalam peran ini, pemerintah daerah bisa melibatkan kelompok-kelompok dalam masyarakat untuk proses pengumpulan data dan evaluasi tentang informasi yang berkaitan dengan kondisi perekonomian di daerah. Dalam kaidah ekonomi yang sudah umum, sumber daya yang dimiliki relatif terbatas jika dibandingkan dengan kebutuhan dan keinginan yang akan ingin dicapai oleh manusia, dengan demikian bagaimana caranya agar penggunaan sumber daya

ekonomi dilaksanakan dengan cara yang sebaik-baiknya. Disamping itu, alokasi penggunaan sumber daya harus memiliki keterkaitan dengan skala prioritas pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi, pemerintah daerah dapat juga melibatkan lembaga-lembaga pemerintah lainnya, dunia usaha dan masyarakat dalam menyusun sasaran-sasaran ekonomi, rencana-rencana dan strategi-strategi pelaksanaannya. Pendekatan ini sangat potensial dalam menjaga konsistensi pembangunan daerah dan pembangunan nasional, serta untuk menjamin bahwa perekonomian di daerah akan mendapatkan manfaat yang optimal.

3. Fasilitator. Pemerintah daerah dapat berperan sebagai fasilitator dengan cara mempercepat pembangunan melalui perbaikan lingkungan attitudinal (perilaku atau budaya masyarakat) di daerahnya. Hal ini perlu dilakukan untuk mempercepat proses pembangunan dan prosedur perencanaan, serta pengaturan penetapan tata ruang daerah (zoning) yang lebih baik. Peran fasilitator tidak saja hanya penyediaan atau perbaikan lingkungan, tetapi pemerintah daerah harus membantu dunia usaha dalam memberikan kemudahan perijinan bagi investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya juga mencegah kelestarian lingkungan alam sekitarnya. Karena kalau tidak demikian, maka investor akan seenaknya mengeksploitasi kekayaan alam tanpa memperhatikan kelestarian lingkungan.
4. Stimulator. Pemerintah daerah dapat berperan sebagai stimulator dalam penciptaan dan pengembangan usaha melalui tindakan-tindakan khusus yang dapat mempengaruhi dunia usaha untuk masuk ke daerah tersebut dan menjaga agar perusahaan-perusahaan yang telah ada tetap eksis berada di daerah tersebut. Stimulus ini dapat dilakukan antara lain dengan pembuatan brosur-brosur pembangunan kawasan industri, pembuatan outlet untuk produk-produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan koperasi, membantu UMKM dan koperasi untuk melakukan pameran dan sebagainya.

Menurut Firdausy (2017) bahwa upaya yang perlu mendapat perhatian dari pemerintah dalam menumbuhkan ekonomi kreatif adalah: 1) peningkatan kualitas

sumber Daya Manusia yang kreatif dan inovatif; 2) peningkatan inovasi dan kreativitas yang berciri keunggulan lokal yang berdaya saing global; 3) penetapan regulasi/kebijakan yang disertai upaya penegakan hukum; 4) perlunya insentif bagi pengembangan produk ekonomi kreatif; 5) dukungan pasar dan pola pengaturannya (ekspor-impor); 6) penguatan teknologi dan metode yang ramah lingkungan; 7) mengembangkan ketersediaan material lokal dan optimalisasi pemanfaatannya; 8) peningkatan kepercayaan dunia perbankan, lembaga permodalan, dan dunia usaha. Adanya aksesibilitas dan konektivitas (jejaring); 9) mendorong masyarakat yang apresiatif dan mendukung kekayaan intelektual (HKI).

Menurut Saedah (2013), peran pemerintah dalam mengembangkan IKM meliputi: 1) pengembangan produksi meliputi: arahan pengembangan mutu, arahan pengembangan manajemen, dukungan terhadap kegiatan research & development, jasa pengujian mutu dan HKI, layanan teknologi; 2) pengembangan pemasaran yaitu pelayanan informasi dan promosi serta fasilitasi pameran/temu bisnis; 3) fasilitasi keuangan memberikan Skim kredit yang mendukung; 4) pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan (sistem kelas maupun magang dan studi banding); 5) pengembangan teknologi melalui penguatan lembaga pembina/pendukung teknologi (unit pelayanan teknis) di daerah dan bantuan sertifikasi (ISO 9000 dan ISO/TS 16949).

Lebih lanjut, menurut Saedah bahwa stakeholder lain juga berperan dalam mengembangkan IKM, misalnya: 1) Asosiasi, yaitu berperan dalam menyediakan informasi teknis, pendidikan dan pelatihan, promosi/pameran/temu bisnis, dukungan untuk kontak bisnis; 2) perusahaan produsen IKM, yaitu berperan dalam pengembangan produksi, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan pemasaran, memperkuat aspek permodalan, pengembangan organisasi dan manajemen; 3) perusahaan Assembler, yaitu memiliki peran dalam membuka peluang pesanan, memberikan arahan teknis dan manajemen, dukungan keuangan, pelatihan, pembinaan ke IKM bersama dengan subkontraktor, penyediaan informasi dan peluang usaha, dukungan terhadap pemasaran.

Menurut Agustina, dkk (tanpa tahun) menyatakan bahwa selain pemerintah, beberapa stakeholder lainnya juga berperan dalam upaya meningkatkan perekonomian lokal melalui IKM, yaitu: 1) Swasta, yaitu perusahaan-perusahaan yang bermitra dengan IKM, yaitu berperan dalam memberikan dukungan pemasaran. Pelaku IKM tenun ikat misalnya, bermitra dengan hotel-hotel dan agen-agen toko dalam hal pemasaran dengan menggunakan sistem dropsit; 2) masyarakat, yaitu Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), misalnya: LSM berbentuk Yayasan, Klinik UMKM, Asosiasi Industri Tenun Ikat, Asosiasi Industri Tahu, dll. Peran masyarakat diantaranya: melakukan pendidikan dan pelatihan, konsultasi bisnis, dan melakukan pendampingan UMKM.

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 142 tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 dan Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, beberapa arah kebijakan pemerintah dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia sampai tahun 2025, yaitu: a) pemberdayaan pelaku ekonomi kreatif; b) pengembangan kota kreatif untuk menggali, memanfaatkan, menumbuhkembangkan, mengelola, dan mengkonservasi kreativitas serta memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, seni, dan budaya untuk mengembangkan potensi lokal; c) peningkatan apresiasi masyarakat terhadap kreativitas dan hak kekayaan intelektual; d) penyediaan infrastruktur teknologi yang memadai dan kompetitif untuk mendukung berkembangnya kreativitas; e) pengembangan kelembagaan yang mendukung ekosistem kreativitas; f) peningkatan pembiayaan bagi usaha ekonomi kreatif; g) peningkatan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya alam, dan warisan budaya sebagai bahan baku bagi usaha ekonomi kreatif; h) peningkatan perlindungan dan pemanfaatan kekayaan intelektual; i) penyediaan infrastruktur dan teknologi yang memadai dan kompetitif bagi pengembangan usaha ekonomi kreatif; j) pengembangan standardisasi dan praktik usaha yang baik untuk usaha ekonomi kreatif dan karya kreatif di dalam dan luar negeri; k) peningkatan pemasaran dan promosi karya kreatif di dalam dan di luar negeri; dan

- 1) penguatan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha ekonomi kreatif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi & Waktu Penelitian

Semua kabupaten/kota di Sumatera Utara memiliki usaha/industri ekonomi kreatif meskipun jumlah dan jenisnya berbeda-beda, sehingga 33 kabupaten/kota berpeluang menjadi lokasi penelitian. Penelitian dilakukan di 4 kabupaten/kota, yakni: Kota Tebing Tinggi, Kota Binjai, Kabupaten Karo, dan Kabupaten Deli Serdang. Pemilihan 4 Kabupaten/Kota sebagai lokasi penelitian dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek, yaitu: melakukan justifikasi lokasi, mempertimbangkan tingginya jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif, dan/atau mempertimbangkan daerah-daerah Bidangro (Binjai, Deli Serdang, Karo).

Kabupaten Karo merupakan salah satu daerah yang mendapat tawaran oleh Deputi Bidang Koordinasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya serta merupakan salah satu daerah Bidangro. Kabupaten Karo memiliki 3 desa budaya, yaitu: Desa Pengambatan, Desa Lingga dan Desa Dokan yang bisa dijadikan sebagai daya jual bagi wisatawan yang hendak berkunjung ke Karo. Selanjutnya, pemilihan kota Tebing Tinggi sebagai lokasi penelitian karena kota ini dijuluki sebagai kota bisnis dan perdagangan. Kota Tebing Tinggi merupakan kota yang harus dilalui/dilintasi oleh banyak kendaraan yang menuju lintas barat maupun lintas timur, dan kendaraan tersebut seringkali berhenti di kota ini untuk sekadar membeli oleh-oleh kuliner atau barang kerajinan khas Tebing Tinggi atau urusan/pekerjaan lainnya. Dengan begitu, kota Tebing Tinggi diduga memiliki perputaran ekonomi kreatif yang cukup tinggi. Pemilihan Kabupaten Deli Serdang selain salah satu daerah Bidangro, juga didasari karena daerah ini merupakan salah satu daerah yang terpilih menjadi kota kreatif di Indonesia oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Selain sebagai salah satu daerah Bidangro, saat ini Kota Binjai fokus pada pengembangan industri kreatif dengan memanfaatkan potensi sumberdaya alam yang ada.

Alasan lain pemilihan 4 kabupaten/kota adalah tingginya jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara. Merujuk pada *Bekraf Information System in Mobile Application* (BISMA), total pelaku usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara sebanyak 1197 pelaku usaha. Adapun jumlah pelaku usaha di Kabupaten/Kota disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Pelaku Usaha Subsektor EKonomi Kreatif di 4 Kabupaten/Kota di Sumatera Utara

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Pelaku Usaha	Persentase (%)
1.	Asahan	10	0,84
2.	Batu Bara	14	1,17
3.	Dairi	7	0,58
4.	Deli Serdang	152	12,70
5.	Humbang Hasundutan	7	0,58
6.	Karo	14	1,17
7.	Labuhan Batu	9	0,75
8.	Labuhan Batu Selatan	11	0,92
9.	Labuhan Batu Utara	4	0,33
10.	Langkat	29	2,42
11.	Mandailing Natal	7	0,50
12.	Nias	2	0,17
13.	Nias Selatan	3	0,25
14.	Padang Lawas	2	0,17
15.	Padang Lawas Utara	2	0,17
16.	Samosir	2	0,17
17.	Serdang Bedagai	16	1,34
18.	Simalungun	23	1,92
19.	Tapanuli Selatan	7	0,58
20.	Tapanuli Tengah	6	0,50
21.	Tapanuli Utara	11	0,92
22.	Toba Samosir	12	1,00
23.	Binjai	25	2,09
24.	Gunung Sitoli	21	1,75
25.	Medan	760	63,49
26.	Padangsidempuan	10	0,84
27.	Pematangsiantar	12	1,00
28.	Sibolga	6	0,50
29.	Tanjung Balai	4	0,33
30.	Tebing Tinggi	10	0,75
31.	Nias Barat	-	-

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Pelaku Usaha	Persentase (%)
32.	Nias Utara	-	-
33.	Pakphak Bharat	-	-
Total		1197	100,00

Sumber: Statistik Ekonomi Kreatif & BISMA, 2019

Penelitian dimulai bulan Februari s/d Mei, berikut uraian kegiatan pelaksanaan penelitian seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Bulan I				Bulan II				Bulan III				Bulan IV			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PERENCANANAAN																	
1.	Penentuan Judul																
2.	Penyusunan ICP																
3.	Penyusunan TOR																
4.	Penyusunan Proposal dan instrumen penelitian																
5.	Pelaksanaan survey untuk mendapatkan data awal																
6.	Review Proposal																
7.	Perbaikan Proposal																
8.	TPM I																
PELAKSANAAN																	
9.	Pengumpulan data lapangan a. Wawancara b. Observasi c. Pengumpulan dokumen																
10.	Pengolahan / Analisa Data																
11.	Focus Group Discussion																
12.	Penyusunan laporan akhir																
13.	TPM II																
14.	Perbaikan TPM II																
15.	Seminar Hasil																
16.	Revisi akhir laporan penelitian																
17.	Penjilidan laporan akhir																

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif, yaitu deskripsi tentang serangkaian peristiwa terkait upaya pemerintah untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara. Jenis penelitian ini dipilih atas dasar pertimbangan bahwa (1) penelitian kualitatif meskipun hanya

mencakup skala lokasi penelitian yang kecil/terbatas, mampu mengembangkan pada kerangka konseptual yang lebih luas, (2) penelitian kualitatif tidak semata-mata hanya mementingkan hasil saja, melainkan aspek proses adalah sesuatu yang lebih utama, bahkan (3) penelitian kualitatif sangat baik apabila suatu penelitian ingin menjelaskan suatu fenomena secara mendalam dan menyeluruh sehingga hasil penelitiannya merupakan deskripsi detil yang tidak kaku tetapi juga mendalam (Bogdan & Tylor, 1993). Data primer diperoleh melalui wawancara, data isian, dan observasi ke lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh berupa dokumen.

Subjek penelitian adalah Kadis, Sekretaris, Kabid, Kasi, pelaku usaha/industri. Subjek penelitian dijadikan sebagai informan penelitian. Jumlah informan penelitian pelaku usaha/industri disesuaikan dengan kebutuhan (menggunakan metode snowball). Artinya bahwa jumlah pelaku usaha/industri sebagai informan penelitian berhenti/cukup ketika data dan informasi yang didapat telah menemui titik kejenuhan.

Objek yang diteliti adalah: ekonomi kreatif masyarakat dan permasalahannya serta upaya Pemerintah Daerah dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan:

1. Observasi, yaitu tim peneliti melakukan pengamatan langsung ke usaha/industri kreatif di lokasi penelitian. Hal-hal yang diobservasi adalah: 1) nilai orisinil produk/karya; 2) teknologi yang digunakan; dan 3) sosial media yang digunakan. Observasi dilakukan minimal ke 2 jenis subsektor ekonomi kreatif yang berbeda di masing-masing kabupaten/kota lokasi penelitian.
2. Studi dokumen, yaitu menelusuri beberapa dokumen yang terkait dengan penelitian, diantaranya: daftar UMKM, Daftar industri, Renstra OPD, RPJMD, peraturan & perundang-undangan tentang ekonomi kreatif.
3. Interview personal, yaitu dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur, sehingga data yang didapat lebih mendalam pada objek yang diteliti.

Interview personal dilakukan melalui FGD dan *face to face*. Hal-hal yang ditanyakan adalah: 1) kondisi eksisting ekonomi kreatif masyarakat; 2) permasalahan dalam upaya menumbuhkan ekonomi kreatif; dan 3) upaya pemerintah dalam upaya menumbuhkan ekonomi kreatif.

4. Kuesioner, yaitu pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk tertulis terkait 1) kondisi eksisting ekonomi kreatif masyarakat; 2) permasalahan dalam upaya menumbuhkan ekonomi kreatif; dan 3) upaya pemerintah dalam upaya menumbuhkan ekonomi kreatif.

Sebelum digunakan, kuesioner diujicobakan ke beberapa OPD teknis, misalnya: Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Dinas Pariwisata. Tujuan ujicoba instrumen adalah untuk melihat pemahaman dan keterbacaan para informan. Bila ditemukan kata atau kalimat yang tidak dipahami atau tidak dapat dibaca/dimengerti, maka instrumen diperbaiki sesuai kebutuhan. Instrumen juga divalidasi expert, yaitu 3 orang tenaga ahli untuk melihat kesesuaian instrumen serta kecukupan pertanyaan dengan data yang dibutuhkan pada penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Data yang bersumber dari hasil wawancara, observasi, dan dokumen dianalisis secara kualitatif. Analisis data secara kualitatif dilakukan melalui beberapa langkah-langkah analisis:

- a. Mendeskripsikan fenomena yang diteliti. Peneliti mencoba memahami fenomena gambaran konsep penelitiannya dengan cara memperkaya informasi melalui studi literatur, dokumen, dan observasi.
- b. Mengumpulkan deskripsi fenomena melalui pendapat atau pernyataan dari partisipan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dan menuliskannya dalam bentuk naskah transkrip untuk mendeskripsikan gambaran konsep penelitian.
- c. Membaca seluruh deskripsi fenomena yang telah disampaikan oleh semua partisipan; literatur, dokumen, dan observasi.

- d. Membaca kembali transkrip hasil wawancara dan mengutip pernyataan-pernyataan yang bermakna dari semua sumber.
- e. Menguraikan arti yang ada dalam pernyataan-pernyataan signifikan.
- f. Mengorganisir kumpulan-kumpulan makna yang terumuskan ke dalam kelompok tema.
- g. Menuliskan deskripsi yang lengkap.
- h. Menemui partisipan atau mencek dokumen untuk melakukan validasi deskripsi analisis.
- i. Menggabungkan data hasil validasi ke dalam deskripsi hasil analisis.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara

Secara umum, berdasarkan data dokumen diperoleh informasi bahwa jumlah usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara sebanyak 401.105 unit usaha, dengan rincian: 1.100 berbentuk PT/PERSERO; 665 berbentuk CV; 10.452 berbentuk Izin Khusus; 366 berbentuk Badan Usaha Lain; dan 388.522 tidak berbadan hukum (BPS, 2019). Jumlah usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara berdasarkan masing-masing subsektor disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif di Sumatera Utara Berdasarkan Masing-Masing Subsektor

No.	Subsektor Ekonomi Kreatif	Jumlah Usaha	Persentase (%)
1.	Aplikasi & Game Developer	722	0,18
2.	Arsitektur	241	0,06
3.	Desain Interior	40	0,01
4.	Desain Komunikasi Visual	0	0,00
5.	Desain Produk	80	0,02
6.	Fashion	62.813	15,66
7.	Film, Animasi, dan Video	201	0,05
8.	Fotografi	1.203	0,3
9.	Kerajinan Kayu (kriya)	27.476	6,85
10.	Kuliner	298.623	74,45
11.	Musik	2.848	0,71
12.	Penerbitan	5.415	1,35
13.	Periklanan	160	0,04
14.	Seni Pertunjukan	642	0,16
15.	Seni Rupa	441	0,11
16.	Televisi dan radio	201	0,05
Total		401.105	100,00

Sumber: Statistik Ekonomi Kreatif, BPS (2019)

Secara umum, berdasarkan data dokumen diperoleh informasi bahwa jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara sebanyak 1197 orang pelaku usaha (Statistik Ekonomi Kreatif, BPS (2019), dengan rincian masing-masing subsektor ekonomi kreatif disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Sumatera Utara Berdasarkan Masing-Masing Subsektor

No.	Subsektor Ekonomi Kreatif	Jumlah Pelaku Usaha	Persentase (%)
1.	Aplikasi & Game Developer	36	3,01
2.	Arsitektur	18	1,50
3.	Desain Interior	12	1,00
4.	Desain Komunikasi Visual	43	3,59
5.	Desain Produk	35	2,92
6.	Fashion	91	7,60
7.	Film, Animasi, dan Video	46	3,82
8.	Fotografi	31	2,59
9.	Kerajinan Kayu (kriya)	57	4,76
10.	Kuliner	329	27,49
11.	Musik	42	3,51
12.	Penerbitan	42	3,51
13.	Periklanan	14	1,17
14.	Seni Pertunjukan	21	1,78
15.	Seni Rupa	25	2,09
16.	Televisi dan radio	6	0,50
17.	Subsektor Lainnya	349	29,16
Total		1197	100,00

Sumber: Statistik Ekonomi Kreatif, BPS (2019)

Jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten/Kota di Sumatera Utara disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Kabupaten/Kota di Sumatera Utara

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Pelaku Usaha*	Persentase (%)
1.	Asahan	10	0,84
2.	Batu Bara	14	1,17
3.	Dairi	7	0,58
4.	Deli Serdang	152	12,70
5.	Humbang Hasundutan	7	0,58
6.	Karo	14	1,17
7.	Labuhan Batu	9	0,75
8.	Labuhan Batu Selatan	11	0,92
9.	Labuhan Batu Utara	4	0,33
10.	Langkat	29	2,42
11.	Mandailing Natal	7	0,50
12.	Nias	2	0,17

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Pelaku Usaha*	Persentase (%)
13.	Nias Selatan	3	0,25
14.	Padang Lawas	2	0,17
15.	Padang Lawas Utara	2	0,17
16.	Samosir	2	0,17
17.	Serdang Bedagai	16	1,34
18.	Simalungun	23	1,92
19.	Tapanuli Selatan	7	0,58
20.	Tapanuli Tengah	6	0,50
21.	Tapanuli Utara	11	0,92
22.	Toba Samosir	12	1,00
23.	Binjai	25	2,09
24.	Gunung Sitoli	21	1,75
25.	Medan	760	63,49
26.	Padangsidempuan	10	0,84
27.	Pematangsiantar	12	1,00
28.	Sibolga	6	0,50
29.	Tanjung Balai	4	0,33
30.	Tebing Tinggi	10	0,75
31.	Nias Barat	-	-
32.	Nias Utara	-	-
33.	Pakphak Bharat	-	-
Total		1197	100,00

Sumber: Statistik Ekonomi Kreatif, BPS (2019)

*Menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Lokasi Khusus (Lokus) penelitian adalah Kota Tebing Tinggi, Kota Binjai, Kabupaten Karo, dan Kabupaten Deli Serdang. OPD teknis yang terlibat adalah Dinas Koperasi dan UKM atau sebutan lain, Dinas Perindustrian dan Perdagangan atau sebutan lain, Dinas Pariwisata atau sebutan lain, dan Dinas Tenaga Kerja atau sebutan lain. Keempat OPD ini memiliki Tugas dan Fungsi yang berkaitan dengan ekonomi kreatif.

Secara umum disampaikan bahwa keempat kabupaten/kota sebagai Lokus penelitian memiliki usaha/industri ekonomi kreatif, akan tetapi jumlah dan jenis

subsektornya ada yang berbeda-beda. Berikut subsektor ekonomi kreatif di 4 Kabupaten/Kota, disajikan dalam bentuk Tabel 8.

Tabel 8. Subsektor Ekonomi Kreatif di 4 Kabupaten/Kota

No.	Subsektor Ekonomi Kreatif	Jumlah Usaha/Industri			
		Deli Serdang	Binjai	Tebing Tinggi	Karo
1.	Aplikasi & Game Developer	-	-	-	2
2.	Arsitektur	-	-	-	2
3.	Desain Interior	-	-	-	2
4.	Desain Komunikasi Visual	-	-	-	1
5.	Desain Produk	√**	-	√***	10
6.	Fashion	16*; 88**	-	66*; 1**	9
7.	Film, Animasi, dan Video	-	1*	-	7
8.	Fotografi	-	-	2**	13
9.	Kerajinan Kayu (kriya)	22*	7**; 1266***	3*	53
10.	Kuliner	99*; 237**	202**; 3855***	184*; 46**	406
11.	Musik	-	1*	√***	39
12.	Penerbitan	-	-	-	29
13.	Periklanan	√	-	√***	5
14.	Seni Pertunjukan	50*	-	1**	20
15.	Seni Rupa	-	-	1**	13
16.	Televisi dan radio	-	-	2**	15

Keterangan:

Deli Serdang	Binjai	Tebing Tinggi	Karo
1. *Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata	1. *Dinas Pariwisata	1. *Dinas Tenaga Kerja	1. Bappeda
2. ** Dinas Perindustrian dan Perdagangan	2. **Dinas Tenaga Kerja dan Perdagangan	2. **Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata	2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM
3. √ = ada (tidak ada keterangan jumlah)	3. ***Dinas Koperasi dan UKM	3. ***Dinas Perdagangan	3. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
		4. √ = ada (tidak ada keterangan jumlah)	

Merujuk pada Tabel 8 di atas dapat dijelaskan bahwa Kabupaten Karo memiliki semua keenambelas subsektor ekonomi kreatif sebagaimana dimaksud, sedangkan kabupaten/kota lainnya hanya memiliki beberapa subsektor ekonomi kreatif. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Deli Serdang bahwa subsektor-subsektor yang produksinya bersifat *intangibile* (tidak berwujud) seperti: musik, periklanan,

penerbitan, arsitektur, seni rupa, fotografi, desain interior, desain komunikasi visual, desai produk, dll, umumnya usaha/industri tersebut belum terdata meskipun telah terdaftar di Badan/Dinas Perizinan Terpadu di pemerintah setempat saat mengurus Surat Izin Pendirian Usaha. Artinya sangat dimungkinkan bahwa usaha/industri yang produksinya bersifat *intangible* tersebut ada di daerah pemerintah setempat, akan tetapi belum terdata.

Lebih lanjut dari Tabel 8 dijelaskan bahwa terdapat beberapa subsektor ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten/kota yang jumlahnya berbeda-beda untuk 1 jenis subsektor berdasarkan Tugas dan Fungsi masing-masing OPD yang langsung bersentuhan dengan usaha/industri di subsektor ekonomi kreatif. Sebagai misal: jumlah fashion di Kabupaten Deli Serdang menurut Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata hanya sebanyak 16 usaha, sedangkan menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan adalah sebanyak 88 usaha. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata hanya menghitung jumlah fashion yang bersentuhan dan yang mendukung kepariwisataan, sedangkan Dinas Perindustrian dan Perdagangan menghitung semua jumlah fashion yang tergolong ke dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM), termasuk IKM yang mendukung kepariwisataan dimaksud. Hal serupa juga terjadi bagi jenis subsektor lainnya di masing-masing kabupaten/kota. Jadi, perbedaan jumlah untuk 1 jenis subsektor di 1 kabupaten/kota tidak dipahami bahwa data yang diperoleh adalah tidak valid, akan tetapi justru karena perbedaan kewenangan, serta Tugas dan Fungsi masing-masing OPD lokasi penelitian ini.

Beberapa usaha/industri ekonomi kreatif di Kabupaten Deli Serdang disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Beberapa Usaha/Industri Ekonomi Kreatif di Kabupaten Deli Serdang

No.	Klasifikasi Industri & Pengelola	Penyerapan Tenaga Kerja (orang)	Sumbangan terhadap Perekonomian	Sektor Basis Ekonomi	Sosial Budaya
1.	Keripik Ubi Aneka Rasa (Muhdi, S.Ag)	20	Dapat mengimbangi harga pasar sehingga dapat bersaing di pasar lokal	Akan dapat bersaing dipasar lokal dan internasional	Dapat lebih mengenalkan hasil produk UMKM/IKM budaya daerah local

No.	Klasifikasi Industri & Pengelola	Penyerapan Tenaga Kerja (orang)	Sumbangan terhadap Perekonomian	Sektor Basis Ekonomi	Sosial Budaya
2..	Opak (Suhendra; Rijal Hariadi)	39	Meningkatkan sumber kemajuan perekonomian masyarakat	Akan bersaing dipasar global	Dapat lebih mempromosikan hasil produk UMKM/IKM
3.	Sapu Ijuk (Ridho Batu Bara)	40	Memfaatkan hasil sortiran produk untuk dimanfaatkan Kembali	Meningkatkan mutu dan kualias dari sapu ijuk agar dapat bersaing	Mempromosikan produk unggulan
4.	Tenun Tradisional (Nurwahidah; Ali Ikhsan Batubara)	6	Meningkatkan hasil tenun tradisional agar lebih berkembang	Akan dapat bersaing di pasar lokal dan internasional	Mempromosikan nilai etnik dari motif tenun
5.	Jagung Marning (Agustus; Marlina)	9	Meningkatkan sumber kemajuan perekonomian masyarakat	Akan bersaing di pasar global	Dapat lebih mempromosikan hasil produk UMKM/IKM
6.	Sulaman Bordir (Siti Mairani; Halimatusak diyah; Sri Rahayu; Supriyanti)	18	Mengadakan pelatihan untuk menumbuhkembangkan kreasi sulaman border	Meningkatkan pangsa pasar local	Mempromosikan nilai etnik dari motif border
8.	Mc-22 (Makanan Olahan) (Koad)	10	Mengadakan pelatihan untuk menumbuhkembangkan produksi makanan olahan	Akan dapat bersaing di pasar lokal dan internasional	Mempromosikan hasil unggulan ke pasar global
9.	Kopi Sembeken Dua (Darwis Harahap)	20	Dapat Mengimbangi harga pasar sehingga dapat bersaing dipasar lokal	Akan dapat bersaing dipasar lokal dan internasional	Dapat lebih mengenalkan hasil produk UMKM/IKM budaya daerah local
10.	Teh Serai Dua Saudara (Syahrial Efendi Sitorus)	10	Dapat meningkatkan hasil produksi untuk meningkatkan perekonomian	Akan bersaing di pasar global	Dapat lebih mengenalkan hasil produk UMKM/IKM budaya daerah local
11.	Batik Mangrove (Rahmawati; Rafika Johani; Zuliani; Waritri Mumpuni;	40	Meningkatkan sumber kemajuan perekonomian masyarakat	Akan bersaing di pasar global	Mempromosikan produk unggulan

No.	Klasifikasi Industri & Pengelola	Penyerapan Tenaga Kerja (orang)	Sumbangan terhadap Perekonomian	Sektor Basis Ekonomi	Sosial Budaya
	Nurmayanti)				
12.	Kerajinan Manik-Manik (Tety Anggraini; Erlinda Marpaung)	4	Meningkatkan perenoman dengan berkembangnya kreatifitas	Meningkatkan pangsa pasar local	Mempromosikan produk unggulan
13.	Kerajinan Sabut Kelapa	5	Meningkatkan sumber kemajuan perekonomian masyarakat	Akan bersaing di pasar global	Dapat lebih mengenalkan hasil produk UMKM/IKM budaya daerah local
14.	Kerajinan Sapu Lidi Hias Dari Lidi Sawit	10	Meningkatkan perekonomian dengan berkembangnya kreativitas	Meningkatkan daya saing	Mempromosikan hasil unggulan ke pasar global
15.	Kerajinan Tangan Rajut dari Benang (Tas Dompot, Sepatu, Dll)	2	Mengadakan pelatihan untuk menumbuhkembangkan kreasi rajut	Meningkatkan mutu dan kualias dari sapu ijuk agar dapat bersaing	Mempromosikan nilai etnik dari motif rajut
16.	Mozaik Lidi Art (Wahyu Prihartanto)	9	Mengadakan pelatihan untuk menumbuhkembangkan kreasi	Meningkatkan mutu dan kualias dari lidi agar dapat bersaing	Mempromosikan nilai etnik dari motif lidi

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Deli Serdang

Mengingat banyaknya usaha/industri ekonomi kreatif di Kabupaten Deli Serdang, Tabel 9 hanya memaparkan beberapa diantaranya sebagai perwakilan. Berdasarkan Tabel 9, usaha/industri keripik, opak, jagung, kopi, dan teh merupakan makanan/minuman olahan di subsektor Kuliner. Usaha/industri tenun tradisional, Batik Mangrove, dan sulaman bordir merupakan subsektor Fashion. Sapu ijuk, kerajinan manik-manik, sabuk kelapa, sapu lidi dan tangan rajut dari benang merupakan subsektor Kerajinan (kriya).

Menurut Statistik Ekonomi Kreatif, BPS (2019), jumlah seluruh usaha/industri ekonomi kreatif di Kota Tebing Tinggi sebanyak 5.286 unit usaha. Beberapa usaha/industri ekonomi kreatif di Kota Tebing Tinggi disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Beberapa Usaha/Industri Ekonomi Kreatif di Kota Tebing Tinggi

No	Nama Pemilik/Perusahaan	Jenis Produk	Penyerapan Tenaga Kerja (Orang)
1.	Heriani	Aneka Produk Rajutan	2
2.	Nazarudin Rangkuti	Aneka Tas	16
3.	Tony Anwar	Busana	16
4.	Darul Nasution	Furnitur dari Rotan	16
5.	Edy Munajad	Industri Barang Anyaman dari Rotan dan Bambu	6
6.	Edy Patrianus	Industri Furnitur dari Kayu	40
7.	Ramlah	Industri Kain Tenun Ikat	2
8.	Erfin	Industri Kerajinan Ukiran dari Kayu Bukan Mebeller	10
9.	Hotmaidah Siregar	Industri Kerajinan YDTL	10
10.	Djohan	Industri Kerupuk Keripik Peyek dan Sejenisnya	16
11.	Maimunah	Industri Kue Basah	4
12.	Juliati Wirda	Industri Makanan dan Masakan Olahan	4
13.	Ade Amami Hasanah	Industri Makanan dari Cokelat dan Kembang Gula	2
14.	Imariyah	Industri Minuman Lainnya	4
15.	Sukardi	Industri Produk Makanan Lainnya	15
16.	Dertaq A. Manurung	Kain	4
17.	Sri Hermansyah	Kerajinan	10
18.	Antony	Meubel	2
19.	Eddy Wahidin	Pakaian Jadi	4
20.	Syamsul Bahri Siregar	Produk Ijuk	26
21.	Salimin	Produk Roti dan Kue	44
22.	Hasri Yeti	Rumah Rajut Fiza	-
23.	Barifan Ansor	kerajinan kulit telur	-
24.	Hijrah Saputra	Pembuatan Batik Cap & Tulis	-
25.	Zulkifli	Budidaya Jamur dan keripik jamur tiram	-
26.	Mohammad Kautsar	Advertising Custom Product	-
27.	Sumiati	Penjahit	-
28.	Bali Lestari	Restoran	36
29.	India	Rumah Makan	50
30.	Sanggar Tari Bunga Rampai	Sanggar Seni	-
31.	-	Radio Citra Tebingtinggi Idola Nada (Radio Studio RCTI / PM3CEL)	-
31.	Hj. Eliya Lubis	Roti Kacang Hj. Eliya Lubis	30

Sumber: Dinas Tenaga Kerja Kota Tebing Tinggi; Dinas Perdagangan Kota Tebing Tinggi; Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Tebing Tinggi

Mengingat banyaknya usaha/industri ekonomi kreatif di Kota Tebing Tinggi, Tabel 10 hanya memuat beberapa diantaranya sebagai perwakilan. Berdasarkan Tabel 10 dapat dijelaskan bahwa: 1) usaha/industri aneka produk rajutan, tas, furniture, anyaman, ukiran, meubel, produk ijuk, kerajinan kulit telur,

tergolong pada subsektor Kerajinan (kriya); 2) usaha/industri busana, kain tenun, pakaian jadi, batik cap dan tulis, penjahit, tergolong pada subsektor Fashion; 3) usaha/industri kerupuk keripik peyek, kue basah, makanan dan masakan olahan, minuman, roti & kue, keripik jamur, restoran, rumah makan tergolong pada subsektor Kuliner; 4) usaha/industri sanggar seni tergolong pada subsektor Seni Pertunjukan; 5) usaha/industri *advertising custom product* tergolong pada subsektor Periklanan; 6) usaha/industri Radio Citra Tebing Tinggi Idola Nada (Radio Studio RCTI/ PM3CEL) tergolong pada subsektor TV/Radio; dan lain lain.

Menurut Statistik Ekonomi Kreatif, BPS (2019), jumlah seluruh usaha/industri ekonomi kreatif di Kota Binjai sebanyak 9.662 unit usaha. Beberapa usaha/industri ekonomi kreatif di Kota Binjai disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Beberapa Usaha/Industri Ekonomi Kreatif di Kota Binjai

No.	Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Komoditi	Jenis Produk	Jumlah Tenaga Kerja
1.	PT. Rona Garuda Mas	Rudi Wijaya	Aneka Keripik	Makanan ringan raja udang, raja cumi	60
2.	Adryan Food	Riyanti	Aneka Roti	Makanan ringan kue ketawa, donat, aneka bolu, kue kering lainnya	6
3.	Diali	Yusmalina	Aneka Roti	Aneka roti kering, biscuit, wafer	5
4.	Manisan Halua Kasih Ibu	Juliani	Manisan	Pepaya, daun pepaya, renda, gundur, dll	2
5.	Mila "Wajik"	Mila	Aneka Kue	Wajik aneka rasa	2
6.	Makanan Ringan "Surya Gemilang"	Sri Hidayanti	Aneka Keripik	Industri makanan ringan opak, kacang kedelai, kue bawang, keripik	4
7.	Tauge "Yendi"	Yendi	Pengolahan Kacang Hijau	Pengolahan kacang hijau	3
8.	Opak Ubu "Pairan"	Pairan	Aneka Keripik	Pengolahan ubi, pembuatan opak kukus	3
9.	Rengginang Ubi "Sahrum"	Sahrum	Aneka Keripik	Pengolahan ubi, pembuatan rengginang dan opak	4
10.	Rengginang Ubi "Paino"	Paino	Aneka Keripik	Pengolahan ubi, pembuatan rengginang	4

No.	Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Komoditi	Jenis Produk	Jumlah Tenaga Kerja
11.	Kelanting Ubi "Rudianto"	Rudianto	Aneka Keripik	Pengolahan ubi (kelanting)	3
12.	Agus Basuki	Agus Basuki	Aneka Keripik	Pembuatan kerupuk peyek kacang tanah	18
13.	Syahrida Helmy	Syahrida Helmy	Aneka Manisan	Pembuatan manisan pepaya, kedondong, pala dan glugur	1
14.	Elwani	Elwani	Aneka Keripik	Pembuatan keripik pedas dan gurih	1
15.	PT. Garuda Teladan	PT. Garuda Teladan	Aneka Roti	Pembuatan biskuit dan wafer	80
16.	Kue Bawang Nisah	Anwar	Aneka Keripik	Pembuatan kue bawang	2
17.	Purnama Bakery	Legimin	Aneka Kue	Pembuatan roti tawar, bika ambon, cake dan lapis legit	3
18.	Plengki Bambu "Tugimin"	Tugimin	Aneka Kulit	Pengolahan kulit bambu, pembuatan plengki bambu dan tutup keranjang	3
19.	Pengrajin Ulos "Mak Rona"	Mak Rona	Tenun	Kerajinan Ulos Karo (Buka Bulung)	2
20.	Tiffany Shop	T. Fahlia Kurnia	Aneka Bordir	Aneka kerajinan tangan dari kain flanel, pembuatan tas, kaos flanel, sepatu, dompet, gantungan kunci dan boneka	6
21.	Penjahit "Daya Remaja"	Sukri	Tekstil	Penjahit kemeja, celana Panjang	3
22.	Penjahit "Atik"	Atik	Tekstil	Konveksi baju kebaya, rok, baju terusan dan gaun	3
23.	Kerajinan Rotan "Aslinda"	Aslinda	Meubel	Pengolahan rotan, pembuatan sofa, meja, rak, lemari, tempat tidur dan kursi tamu	9
24.	Kerajinan Bambu "Pak Aziz"	Zulifkly	Kerajinan Bambu, Pembuatan Kursi dan Meja	Kerajinan bambu, pembuatan kursi dan meja	5

No.	Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Komoditi	Jenis Produk	Jumlah Tenaga Kerja
25.	Rina Handicraft	Rina Harapan	Industri Kerajinan Tangan	Rajutan, tutup gelas, gelang	2
27.	Faddilah	Faddilah	Industri Bordir/ Sulaman	Gorden, tutup tv, tutup magic jar, tutu kulkas	1
31.	Bordir Risna	Risna	Industri Bordir	Kain bodir, rajutan	2
32.	Irsal Putra	Irsal Putra	Industri Pakaian Jadi dari Tekstil	Pakaian jadi	8
34.	Sultan Bambu Furniture	Saridan	Industri Anyaman Bambu	Kursi, rak hias, lemari, dekor Joglo	3
35.	Bandrek Jahe Herbal WD Anugrah	Sri Handayani	Air Minum	Bandrek jahe herbal	3
36.	LKP "Rizki"	Nilawati Hutapea	Bordir	Hantaran sulaman, hantaran bordiran	3
37.	Kursi Bambu	Jumirin	Meubel	Meubel bamboo	8
38.	SMK Kesehatan Galang Insan Mandiri	Munirawati	Minuman	Teh herbal	6
39.	Tukimin Bakery	Tukimin	Aneka Roti	Roti	19
40.	Asmawati	Asmawati	Aneka Kue	Industri kue -kue basah	2
41.	Sepakat Jaya	Cristiani Sitanggung	Tenun	Industri tenun	5
42.	Konveksi "Gorden"	M. Arif	Tekstil	Industri kerajinan tekstil	12
43.	Y2N Crochet	Yeni Ramadhani Tambunan	Bordir	Handycraft rajutan dan manik-manik	20
44.	Rizky Dly	Rizky	Tekstil	Industri pakaian jadi	9
46.	Kenari Ulos	Parsaroan Sitorus	Pertenenan	Ulos	2
47.	Rumah Kreatif "ELLEN"	Maghdalena Ariyani	Handycraft	Akrik, Rajutan, Decoupage	6
48.	-	Linda	Restoran	RM Sehati Vegetarian	-
49.	-	-	Rumah Makan	Kampung Kuliner	-
50.	-	PT. Pioneerindo	Restoran	California Fried Chicked	-

Sumber: Dinas Pariwisata; Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan; Dinas Koperasi dan UKM

Mengingat banyaknya usaha/industri ekonomi kreatif di Kota Binjai, Tabel 11 hanya memuat beberapa diantaranya sebagai perwakilan. Berdasarkan Tabel 11 dapat dijelaskan bahwa: 1) usaha/industri aneka keripik, aneka roti, manisan, pengolahan kacang hijau, aneka kue, air minum (Bandrek Jahe, Herbal), restoran dan rumah makan, tergolong pada subsektor Kuliner; 2) usaha/industri aneka kulit; meubel; kerajinan bambu, pembuatan kursi dan meja; industri kerajinan tangan; industri anyaman bambu, tergolong pada subsektor Kerajinan; 3) usaha/industri tenun (Kerajinan Ulos Karo); aneka border (aneka kerajinan tangan dari kain flanel, pembuatan tas, kaos flanel, sepatu, dompet, gantungan kunci dan boneka); tekstil (konveksi baju kebaya, rok, baju terusan dan gaun); industri kerajinan tangan; industri bordir/sulaman; industri pakaian jadi dari tekstil, tergolong pada subsektor Fashion.

Beberapa usaha/industri ekonomi kreatif di Kabupaten Karo disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Beberapa Usaha/Industri Ekonomi Kreatif di Kabupaten Karo

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Kelompok Jumlah Tenaga Kerja (orang)				Pemanfaatan Media Internet		Pemanfaatan e-commerce		Pemanfaatan Media Sosial		Penerapan Sistem Waralaba		Jangkauan Pemasaran			
		1-4	5-19	20-99	>100	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Lokal	Prov	Nasional	Inter-nasional
1	Aplikasi dan Game Developer	0	0	2	0	2	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0
	Go she	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0
	Tigata	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0
2	Arsitektur	0	1	1	0	2	0	0	2	2	0	0	2	2	1	0	0
	Nandos Purba (Desain Interior Jabu Café dan Cover Buku Profil Pariwisata)	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
	CV. Rumah Suki	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
3	Desain	2	0	0	0	1	1	0	2	2	0	0	2	2	2	0	0

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Kelompok Jumlah Tenaga Kerja (orang)				Pemanfaatan Media Internet		Pemanfaatan e-commerce		Pemanfaatan Media Sosial		Penerapan Sistem Waralaba		Jangkauan Pemasaran			
		1-4	5-19	20-99	>100	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Lokal	Prov	Nasional	Inter-nasional
	Deep Art House	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
	TAM Design	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
4	Desain Komunikasi Visual	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Nandos Purba (Desain Interior Jabu Café dan Cover Buku Profil Pariwisata)	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
5	Desain Produk	9	0	1	0	9	1	1	9	10	0	0	10	5	5	0	0
	PRD (Pengrajin Raga Dayang-Dayang)	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Desain Batik Karo RE Ginting	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Desain Baju, Tas, Aksesoris, Uis, Sarung Karya Sopo Tenun Uis	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0
	Desain Batik Karo Karya SMK Negeri 1 Berastagi	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Desain Uis Karo, Alat Tenun Bukan Mesin Karya Trias Tambun	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0
6	Fashion	8	0	1	0	8	1	3	6	9	0	0	9	5	4	0	0

Upaya Pemerintah Daerah untuk Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Kelompok Jumlah Tenaga Kerja (orang)				Pemanfaatan Media Internet		Pemanfaatan e-commerce		Pemanfaatan Media Sosial		Penerapan Sistem Waralaba		Jangkauan Pemasaran			
		1-4	5-19	20-99	>100	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Lokal	Prov	Nasional	Inter-nasional
	Baju, Tas, Aksesoris, Uis, Sarung Karya Trias Tambun	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0
	Masker Motif Karo Karya Penjahit Nd. Icha	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
	Baju, Tas, Aksesoris Batik Karo Karya SMK Negeri 1 Berastagi	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
7	Film, Animasi dan Video	1	4	2	0	7	0	0	7	7	0	0	7	7	0	0	0
	Studio Rekaman Sembiring Jaya	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Takasinema (Produksi Film)	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Roymanta Sembiring (Videografer, Creator, Content Creator)	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
8	Fotografi	11	2	0	0	13	0	0	13	13	0	0	13	12	1	0	0
	Tertib Nangin	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0
	Roy Fotografer	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Teger	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Joy	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
9	Kriya	42	11	0	0	35	18	1	52	53	0	0	53	48	4	1	0

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Kelompok Jumlah Tenaga Kerja (orang)				Pemanfaatan Media Internet		Pemanfaatan e-commerce		Pemanfaatan Media Sosial		Penerapan Sistem Waralaba		Jangkauan Pemasaran			
		1-4	5-19	20-99	>100	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Lokal	Prov	Nasional	Inter-nasional
	Kerajinan Anyaman Pandan Pewangi Kopi Karya PKK Desa Ujung Payung	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Kerajinan Meubel karya Teja Andika Munthe	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0
	Kerajinan Mebeler Berbahan Kayu Karya Yayasan Kompak Sinabung	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Kerajinan Ornamen Karo Karya Tenan Barus	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Sanggar Seni Pemuda Merga Silima (Alat Musik Kulcapi)	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
10	Kuliner	23	17	1	0	36	37	11	395	40	1	3	40	37	26	2	1
	Aneka cemilan	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	RUMAH KUE	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0
	Keripik audy	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0
	Rumah Makan Aritonang	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Warung Tongam	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Mie Aceh Sempajaya	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	RM Coffi	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0

Upaya Pemerintah Daerah untuk Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Kelompok Jumlah Tenaga Kerja (orang)				Pemanfaatan Media Internet		Pemanfaatan e-commerce		Pemanfaatan Media Sosial		Penerapan Sistem Waralaba		Jangkauan Pemasaran			
		1-4	5-19	20-99	>100	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Lokal	Prov	Nasional	Inter-nasional
11	Musik	4	27	8	0	37	2	0	39	39	0	0	39	39	2	0	0
	Sanggar Seni Nggara Simbelin	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Tigapanah Jaya Entertain ment	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Sada Kata Art	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Gogo Entertaint	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Akustik	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0
	Penerbitan	25	3	1	0	25	4	0	29	29	0	0	29	29	0	0	0
12	Abdi Karya	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Katantaras	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	A Jaya	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Tarigan SJ	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Sitepu Rg	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Periklanan	0	5	0	0	5	0	0	5	5	0	0	5	5	0	0	0
13	Enda Primsa	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	CV. Karya Jaya	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Reksbon	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Billboard Sumo Advertising	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	Mitra Sibayak Art	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
	14	Seni Pertunjukan	1	8	11	0	20	0	0	20	20	0	0	20	20	1	0
Sanggar Seni Erkaliaga		0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
Sanggar Seni Ersinalsal		0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
Sanggar Singalor Lau		0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
Sada Kata		0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
15		Seni Rupa	2	5	6	0	13	0	0	13	13	0	0	13	11	1	1
	Seni Lukis (mural)	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0

No	Subsektor Ekonomi Kreatif	Kelompok Jumlah Tenaga Kerja (orang)				Pemanfaatan Media Internet		Pemanfaatan e-commerce		Pemanfaatan Media Sosial		Penerapan Sistem Waralaba		Jangkauan Pemasaran			
		1-4	5-19	20-99	>100	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Ya	Tdk	Lokal	Prov	Nasional	Inter-nasional
	Seni lukis/ Patung/ Gapura	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0
	Sanggar Seni Pemuda Merga Silima (Alat Musik Kulcapi)	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0
16	Televisi dan Radio	0	15	0	0	15	0	0	15	0	15	0	15	15	0	0	0
	Gundling FM Berastagi	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0
	Irfa FM Berastagi	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0
	Gray FM Berastagi	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0
	PT. Sibayak Entertainment Indonesia	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0

Merujuk pada Tabel 9 sampai 12 di atas, semua usaha/industri ekonomi kreatif telah menyerap tenaga kerja, sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Menurut Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas, 2016), selama periode 5 tahun terakhir yaitu mulai tahun 2011 sampai tahun 2016, jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif cenderung terus mengalami peningkatan, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 4,69% per tahun. Sejalan dengan hal tersebut, *share* tenaga kerja ekonomi kreatif juga cenderung mengalami peningkatan, hingga pada tahun 2016 mencapai 14,28% (sekitar 14 sampai 15 orang dari 100 orang bekerja pada sektor ekonomi kreatif). Dalam periode yang sama, dari 14 subsektor ekonomi kreatif, subsektor kuliner paling banyak menyerap tenaga kerja, sedangkan subsektor Desain paling sedikit menyerap tenaga kerja (BPS, 2017).

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014), secara makro, indikator dan target pembangunan ekonomi kreatif ke depan adalah setiap

tahunnya ekonomi kreatif diperkirakan dapat menyerap 10-11% tenaga kerja, dengan pertumbuhan penyerapan tenaga kerja sekitar 1,5-2% per tahun dan peningkatan produktivitas tenaga kerja sebesar 3-4% per tahun. Ekonomi kreatif diperkirakan memberikan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sekitar 7-7,5% dengan pertumbuhan nilai tambah sebesar 5-7,5% per tahun. Pertumbuhan ini tentunya didukung dengan penciptaan lapangan usaha kreatif yang diperkirakan dapat mencapai 1-2% per tahun. Selain itu, penerimaan devisa dari sektor ekonomi kreatif ditargetkan tumbuh 2-2,5% per tahun. Ekonomi kreatif juga mampu menyerap rata-rata tenaga kerja sebanyak 11,7 juta tenaga kerja atau sekitar 10,65% dari total jumlah tenaga kerja nasional.

Selain data dokumen dan data isian (diisi oleh OPD teknis) sebagaimana telah dipaparkan di atas, tim peneliti juga melakukan observasi ke beberapa usaha/industri ekonomi kreatif di Lokus penelitian serta melakukan wawancara kepada para pelakunya untuk mengetahui kondisi eksisting di lapangan. Berikut usaha/industri ekonomi kreatif yang langsung dikunjungi oleh tim peneliti di lapangan, disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Usaha/Industri Ekonomi Kreatif yang Diobservasi di Lapangan

No.	Kabupaten/Kota	Usaha/Industri Ekonomi Kreatif	Subsektor	Unsur Kreativitas	Keterangan
1.	Tebing Tinggi	Roti Kacang Hj. Eliya Lubis	Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> - Varian rasa - Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> - Varian rasa: coklat, coklat keju, keju, durian, nenas, strawberry, capucino, kacang hitam, dan kacang hijau - Media sosial yang dimanfaatkan: Tokopedia, Bukalapak, Lazada, FB, Instagram, shopee, blibli
		Rumah Rajut Fiza	Kerajinan	<ul style="list-style-type: none"> - Varian produk - Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> - Varian produk: tas, sepatu, baju, aksesoris, bantal, kursi, kipas - Media sosial yang dimanfaatkan: FB, Instagram
2.	Deli Serdang	Mozaik Lidi Art	Kerajinan	<ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku - Varian produk - Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku: sisa limbah industri atau rumah tangga seperti: potongan kayu, lidi, pecahan kaca, bambu, tempurung kelapa dan bahan limbah padat lain - Varian produk: tikar kayu,

No.	Kabupaten/Kota	Usaha/Industri Ekonomi Kreatif	Subsektor	Unsur Kreativitas	Keterangan
					jam dinding, jam duduk, lampu aromatherapy, hiasan dinding, bingkai foto, lampu duduk – Media sosial yang dimanfaatkan: FB, Instagram, shopee, Tokopedia
		Tenun Tradisional	Fashion	– Corak & motif tenun	– Corak dan motif tenun mengedepankan motif pucuk rebung dan bunga cengkeh sebagai ciri khas Melayu di Kabupaten Deli Serdang
		Desain Produk di PPUD Deli Serdang	Desain Produk	– Daya tarik kemasan produk	– Daya tarik kemasan: mencakup warna, bentuk, merk/logo, ilustrasi, teks/tipografo, tata letak
		Arba Jaya	Kerajinan	– Cara Produksi – Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran	– Cara mengikat sapu ijuk yang berbeda dengan cara pengikatan sapu ijuk lainnya, yaitu diikat secara menyatu sehingga kekuatan dan kualitasnya lebih terjamin – Media sosial yang dimanfaatkan: FB, Instagram, shopee, Tokopedia
3.	Binjai	Rumah Kreatif “ELLEN”	Kerajinan	– Varian produk – Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran	– Varian produk: tas, sepatu, baju, aksesoris, bantal kursi, kipas, tempat minuman cup, piring cantik, dll – Media sosial yang dimanfaatkan: FB, Instagram, youtube, TV, radio
		WD. Anugrah: Bandrek Jahe Merah	Kuliner	– Varian produk – Varian kemasan – Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran	– Varian produk: bandrek jahe merah, permen jahe merah, – Varian kemasan: sachet, cup, kotak, plastik – Media sosial yang dimanfaatkan: FB, Instagram, Bukalapak, Tokopedia
4.	Karo	GOSEH	Aplikasi dan Game Developer	– Pemanfaatan media sosial – Pemanfaatan Teknologi internet	– GOSEH adalah sebuah aplikasi kurir yang ada di Tanah Karo – GOSEH bisa didownload di Playstore, layaknya GOJEK

No.	Kabupaten/Kota	Usaha/Industri Ekonomi Kreatif	Subsektor	Unsur Kreativitas	Keterangan
					ataupun GRAB. – Melalui GOSEH kita bisa memesan makanan/minuman disepulanan Tanah Karo
		RD (Raga Dayang)	Kerajinan	– Varian produk – Varian kemasan – Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran	– Varian produk: tas, sepatu, baju, aksesoris, bantal kursi, kipas, tempat minuman cup, piring cantik, dll – Media sosial yang dimanfaatkan: FB, Instagram, youtube, TV, radio
		RM Coffe	Kuliner	– Varian produk – Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran	– Varian produk: Arabika Karo RM; Kaka Argus Blanding Arabika Robusta; Robusta Murni; Dritbag Coffee; Kopi Celup – Media sosial yang dimanfaatkan: FB, Instagram, youtube, TV, radio

Sumber: Hasil observasi dan wawancara

Pertama, observasi terhadap usaha/industri ekonomi kreatif di Tebing Tinggi. **Roti Kacang Hj. Eliya Lubis** merupakan oleh-oleh makanan khas Kota Tebing Tinggi yang mirip dengan Bakpia di Yogyakarta, hanya saja kulit roti kacang lebih tebal dengan taburan wijen di atasnya dibanding Bakpia. Roti Kacang ini merupakan roti tanpa bahan pengawet dan diproduksi dalam industri rumah tangga yang bersih. Gula murni sudah jadi bahan pengawet. Roti Kacang Hj. Eliya Lubis memiliki banyak varian rasa sebagai bentuk kreativitas untuk selalu berinovasi menemukan sesuatu yang baru.

Selanjutnya, usaha/industri ekonomi kreatif yang diobservasi di Kota Tebing Tinggi adalah **Rumah Rajut Fiza**, yaitu kerajinan tangan rajutan yang bertransformasi menjadi benda-benda unik untuk sekadar mendekorasi maupun yang memiliki nilai fungsi tertentu. Kerajinan rajutan tidak sekadar diaplikasikan ke dunia fashion, tetapi juga bisa mempercantik ruangan rumah. Benda-benda rajutan yang berbentuk unik menjadikan kerajinan ini populer untuk dijadikan opsi salah satunya untuk mengisi bagian pada ruangan rumah. Hasil karya rajut dapat dibuat dengan handmade, sehingga tidak memerlukan pengeluaran biaya

banyak. Pilihan karya pun beragam, yaitu tas, sepatu, baju, aksesoris, bantal, kursi, kipas, sarung bantal, taplak, sarung kulkas, sarung galon, tatakan piring, dan lain-lainnya.

Kedua, observasi terhadap usaha/industri ekonomi kreatif di Deli Serdang. **Mozaik Lidi Art** merupakan usaha kerajinan dengan memanfaatkan sisa bahan limbah industri atau rumah tangga yang biasanya tidak dipakai lagi, lalu disulap menjadi barang yang unik dan memiliki daya guna, seperti: kotak bekas, kaleng, botol, sedotan, potongan kayu, pecahan kaca, lidi, koran dan lain-lain. Adapun varian produknya adalah tikar kayu, jam dinding, jam duduk, lampu aromatherapy, hiasan dinding, bingkai foto, lampu duduk dan lain lain. Pemasaran produk-produk dilakukan melalui sosial media dan memasukkan produk ke *marketplace online*, sedangkan untuk pemasaran *offline*, pemasaran dilakukan dengan cara konsinyasi, mengikuti bazaar dan pameran untuk promosi dan memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Menurut pelakunya bahwa usaha seni kreatif ini bisa menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Konsinyasi merupakan suatu bentuk kerjasama dalam penjualan produk yang dilakukan oleh pemilik barang dengan penyalur, pedagang, atau pemilik toko. Dalam sistem kerjasama penjualan ini, pemilik barang menitipkan barang dagangannya kepada penyalur, pedagang, atau pemilik toko untuk dijual.

Tenun Tradisional yang diobservasi di Deli Serdang merupakan produk seni budaya Melayu. Corak dan motif tenun mengedepankan motif pucuk rebung dan bunga cengkeh sebagai ciri khas Melayu di Kabupaten Deli Serdang.

Desain produk kemasan memiliki peran penting dalam pemasaran. Secara mendasar kemasan berfungsi untuk melindungi produk dan membantu dalam promosi penjualan. Sebagai wadah atau penutup, desain kemasan harus sesuai dengan sifat produk. Itu juga harus nyaman, menarik, ekonomis, komunikatif dan pastinya marketable. Salah satu usaha desain produk yang ada di Kabupaten Deli Serdang berada di Pusat Promosi Unggulan Daerah (PPUD) Kabupaten Deli Serdang, yaitu satu-satunya tempat produk UMKM, mulai dari desain pengemasan, promosi, dan penjualan produk unggulan Kabupaten Deli Serdang

yang dioperasionalkan mulai tahun 2019, yang terletak di jalan Medan – Lubuk Pakam Desa Tanjung Baru Kecamatan Tanjung Morawa Kilometer 20,2.

Kemasan harus sangat menarik, menjadi perhatian pelanggan, serta mampu menciptakan minat pelanggan terhadap produk dan mendorong mereka untuk memilih produk. Warna, gambar, desain, ukuran dll dari kemasan dapat secara psikologis mempengaruhi pikiran pelanggan. Dari riset pemasaran, beberapa pembelian pelanggan terjadi karena kemasan yang menarik. Kemasan yang baik memiliki ciri estetika. Hal ini akan memberi rasa kepuasan dan kebanggaan tersendiri bagi pelanggan yang turut membangun prestise dan status.

Arba Jaya yaitu salah satu UKM pembuatan sapu ijuk. CV. Arba Jaya merupakan industri berskala menengah. Sampai tahun 2021 Arba Jaya dapat mempekerjakan 20-40 orang tenaga kerja, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Arba Jaya memiliki keunikan pada cara mengikat sapu ijuk yang berbeda dengan cara pengikatan sapu ijuk lainnya, yaitu diikat secara menyatu sehingga kekuatan dan kualitasnya lebih terjamin. Varian produk yang dihasilkan yaitu sapu ijuk dan kain pel. Adapun permasalahan yang dihadapi saat ini adalah ketersediaan bahan baku gagang sapu/pel serta ijuk yang digunakan. Pemasaran telah dilakukan di luar Sumatera Utara, misalnya: Aceh, Lampung, Jakarta, Padang, dll.

Ketiga, observasi terhadap usaha/industri ekonomi kreatif di Binjai. **Rumah Kreatif Ellen** merupakan salah satu rumah kreatif yang didirikan oleh Mahdalena Ariyani atau sering disapa Ellen. Usaha kerajinan ini berbahan dasar manik-manik. Rumah Kreatif Ellen merupakan suatu pekerjaan atau kegiatan yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Kerajinan tangan Ellen merupakan hasil penyampaian gagasan kreatif yang diwujudkan melalui usaha ekonomi kreatif sehingga daya cipta yang dimiliki mengandung nilai artistik yang bernilai jual tinggi.

Rumah kreatif Ellen telah menghasilkan berbagai macam bentuk kerajinan yang terbuat dari bahan manik-manik seperti kotak tisu, keranjang air mineral, bunga, tas, dompet, tempat pensil, gantungan kunci, aksesoris dan boneka.

Diantara semua kerajinan manik- manik yang dibuat, proses pembuatan boneka lah yang paling rumit karena terdapat berbagai macam pola untuk mengaitkan bijih manik-manik yang satu dengan yang lainnya. Terdapat beberapa bentuk boneka yang dihasilkan pada rumah kreatif Ellen yaitu: boneka hello kitty, doraemon, spongebob, minion, sapi, bebek, kambing, beruang, rusa, teletubbies, tupai, kelinci, ulat, dan angry bird.

Pada umumnya, produk di rumah Kreatif Ellen ini hanya dijual di Toko saja, namun karena banyak masyarakat yang belajar di sana maka pemasarannya semakin luas hingga berbagai macam kalangan. Untuk produk boneka manik-manik ini sendiri target pasarnya adalah anak-anak, karena karakter boneka yang dibuat adalah tokoh tokoh kartun dan binatang yang tentunya disukai anak- anak.

WD. Anugrah: Bandrek Jahe Merah merupakan usaha minuman hangat yang beraroma khas. Selain mampu menghangatkan tubuh, bandrek dikenal sebagai minuman yang menyehatkan. Kandungan jahe dan rempah di dalamnya mampu meningkatkan daya tahan tubuh serta dipercaya bisa mencegah perut kembung, mengatasi masuk angin, dan mencegah radang.

Keempat, observasi terhadap usaha/industri ekonomi kreatif di Kabupaten Karo. **GOSEH** adalah sebuah aplikasi kurir yang ada di Tanah Karo. GOSEH bisa didownload di Playstore, layaknya GOJEK ataupun GRAB. Melalui GOSEH kita bisa memesan makanan/minuman disepertaran Tanah Karo. Awal dibuatnya GOSEH adalah keinginan untuk membantu keluarga yang kesulitan memasarkan produk kulinernya. Mereka harus berpikir keras bagaimana memproduksi sekaligus memasarkan hasil produksi mereka dengan modal dan waktu yang sangat terbatas. Kemudian muncul inspirasi untuk membuat *delivery courier* yaitu pemesanan melalui *Handphone*. Seiring berjalannya waktu, dengan berbagai aral melintang, akhirnya terlahir sebuah gagasan untuk membuat aplikasi ini

Raga dayang adalah salah satu produk kerajinan tradisional Karo. Raga dayang merupakan produk kerajinan anyaman rotan yang memproduksi Desa Kuta Male Kecamatan Kuta Buluh. Produk ini merupakan produk pelengkap dalam pernikahan adat Suku Karo. Pengembangan produk raga dayang menjadi tas rotan kontemporer bertujuan untuk mengangkat kembali keterampilan perajin raga

dayang dan salah satu budaya lokal masyarakat Karo dalam gaya desain kontemporer.

RM Coffee merupakan usaha minuman olahan kopi yang beraroma khas. RM Coffee dikenal sebagai minuman yang menyehatkan. Kandungan biji kopi asli di dalamnya mampu meningkatkan daya tahan tubuh serta dipercaya bisa mencegah perut kembung, mengatasi masuk angin, dan mencegah radang.

B. Permasalahan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara

1. Permasalahan terkait Sumber Daya Manusia (SDM)

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait permasalahan SDM dalam menumbuhkan ekonomi kreatif, disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Permasalahan SDM dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah di Kabupaten/Kota																
		T. Tinggi					Deli Serdang					Binjai				Karo		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
1.	Lemahnya kemampuan pelaku usaha dalam hal manajemen	√	√	√	X	√	X	√	√	X	√	√	X	X	X	√	√	X
2.	Sebagian besar pelaku usaha ekonomi kreatif memiliki tingkat pendidikan ≤ SMA atau sederajat	√	√	√	√	√	X	√	X	√	√	√	X	X	√	X	√	X
3.	Lemahnya penguasaan terhadap jaringan kerja dan akses pasar	√	√	√	X	√	X	√	√	X	√	√	X	X	X	√	√	X
4.	Lemahnya kemampuan pemasaran/promosi	√	√	√	X	√	X	√	√	X	√	√	√	X	X	√	√	X
5.	Lemahnya penguasaan fasilitas teknologi dan informasi	√	√	√	X	√	X	√	√	X	√	√	√	√	X	√	√	X

Keterangan:

X = tidak ada √ = ada

Deli Serdang	Binjai	Tebing Tinggi	Karo
1. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata	1. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan	1. Dinas Tenaga Kerja	1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan	2. Dinas Koperasi dan UKM	2. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata	2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM
3. Dinas Koperasi dan UKM	3. Usaha/Industri Rumah Kreatif "ELLEN"	3. Dinas Perdagangan	3. RM Coffee
4. Usaha/Industri Mozaik Lidi Art	4. Usaha/Industri WD.	4. Usaha/Industri Roti Kacang Hj. Eliya Lubis	
5. Usaha/Industri Tenun Tradisional	Anugrah: Bandrek Jahe Merah	5. Usaha/Industri Rumah Rajut Fiza	

Berdasarkan Tabel 14 di atas dapat ditambahkan bahwa banyak pelaku kreatif yang berpotensi tinggi dengan kualitas SDM mumpuni, namun belum memiliki pengetahuan kewirausahaan komprehensif, mulai legalitas usaha,

manajemen keuangan, penguasaan tren pasar, hingga akses permodalan, sehingga potensi besar tidak terwujud dalam perputaran ekonomi yang berdampak signifikan ke masyarakat. Tata kelola SDM ekonomi kreatif harus dilakukan secara terintegrasi. Pendekatannya perlu lebih tajam menitik ke dasar persoalan, bukan semata-mata urusan gimmick dan rutinitas program untuk mencairkan anggaran.

Keberadaan dan peranan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam penciptaan tenaga kerja berkualitas di ekonomi kreatif merupakan hal penting untuk dipertimbangkan sebagai kebijakan Pemerintah Daerah. Pelibatan SMK dalam pengembangan ekonomi kreatif menjadi jangkar penurunan pengangguran. Mendidik anak muda sejak dini menjadi generasi kreatif, termasuk soal kewirausahaan menjadi hal penting. Kolaborasi OPD terkait dengan Dinas Pendidikan akan memastikan keberhasilan pelibatan SMK dalam mengiringi pertumbuhan ekonomi kreatif.

Dari Tabel 14 di atas, tim peneliti memetakan masalah berdasarkan % besarnya masalah. Persentase besarnya masalah dapat dihitung berdasarkan % atau jumlah OPD yang terdampak masalah dan jumlah usaha/pelaku usaha ekonomi kreatif yang ada kemungkinan terkena masalah. Selanjutnya, masalah disusun berdasarkan besarnya persentase masalah untuk menentukan prioritas penyelesaian masalah SDM dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

Tabel 15. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah SDM dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah ke
		Jumlah	%	
1.	Lemahnya kemampuan pelaku usaha dalam hal manajemen	10	58,82	3
2.	Sebagian besar pelaku usaha ekonomi kreatif memiliki tingkat pendidikan \leq SMA atau sederajat	11	64,71	2
3.	Lemahnya penguasaan terhadap jaringan kerja dan akses pasar	10	58,82	3
4.	Lemahnya kemampuan pemasaran/promosi	11	64,71	2
5.	Lemahnya penguasaan fasilitas teknologi dan informasi	12	70,59	1

Subsektor ekonomi kreatif yang mengalami permasalahan SDM dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten kota disajikan dalam bentuk matriks pada Tabel 16 berikut.

Tabel 16. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan SDM dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
1.	Lemahnya kemampuan pelaku usaha dalam hal manajemen	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Periklanan • Seni • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Seni Pertunjukan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan • Musik 	<ul style="list-style-type: none"> • Semua subsektor
2.	Sebagian besar pelaku usaha ekonomi kreatif memiliki tingkat pendidikan \leq SMA atau sederajat				
3.	Lemahnya penguasaan terhadap jaringan kerja dan akses pasar				
4.	Lemahnya kemampuan pemasaran/ Promosi				
5.	Lemahnya penguasaan fasilitas teknologi dan informasi				

*Hasil ini diperoleh hanya melalui wawancara dan bukan hasil penelusuran pada setiap usaha/industri ekonomi kreatif, sehingga sifatnya hanya secara rata-rata atau umumnya terjadi

2. Permasalahan terkait Bahan Baku

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait permasalahan bahan baku dalam menumbuhkan ekonomi kreatif, disajikan pada Tabel 17.

Tabel 17. Permasalahan Bahan Baku dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah di Kabupaten/Kota																
		T. Tinggi					Deli Serdang					Binjai				Karo		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
1.	Kesulitan mendapatkan bahan baku untuk jenis subsektor yang butuh bahan baku, misalnya:	X	√	X	X	√	X	X	X	X	√	X	√	X	√	X	√	X

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah di Kabupaten/Kota																		
		T. Tinggi				Deli Serdang				Binjai				Karo						
	kerajinan kayu, fashion, dll																			
2.	Kurangnya riset bahan baku	X	√	X	X	X	X	X	X	√	√	X	X	X	√	√	X	√		
3.	Standardisasi dan sertifikasi bahan baku	X	√	X	X	√	X	√	X	√	√	X	X	X	√	√	√	X		

Keterangan:

X = tidak ada masalah;	√ = ada masalah
Deli Serdang	Binjai
1. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata	1. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan	2. Dinas Koperasi dan UKM
3. Dinas Koperasi dan UKM	3. Usaha/Industri Rumah Kreatif "ELLEN"
4. Usaha/Industri Mozaik Lidi Art	4. Usaha/Industri WD. Anugrah: Bandrek Jahe Merah
5. Usaha/Industri Tenun Tradisional	
	Tebing Tinggi
	1. Dinas Tenaga Kerja
	2. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
	3. Dinas Perdagangan
	4. Usaha/Industri Roti Kacang Hj. Eliya Lubis
	5. Usaha/Industri Rumah Rajut Fiza
	Karo
	1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
	2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM
	3. RM Coffee

Berdasarkan Tabel 17 di atas dapat dijelaskan bahwa kesulitan bahan baku selain proses produksi bisa terhenti, ini akan berakibat bertambahnya biaya pembelian secara mendadak. Apalagi jika bahan baku yang digunakan untuk proses produksi sama sekali tidak ada di daerah setempat, maka pelaku usaha harus membeli/memesan bahan baku dari luar daerah dan pelaku usaha harus menanggung resiko serta biaya tambahan untuk mendapatkan bahan baku tersebut sehingga mengakibatkan penurunan laba usaha/industri.

Kurangnya riset dan standarisasi terhadap bahan baku untuk memastikan dan memperoleh bahan baku yang berkualitas juga menjadi permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di Sumatera Utara. Kualitas bahan baku dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi biaya produksi. Dengan adanya bahan baku dengan kualitas baik maka akan memberikan kualitas keluaran yang baik. Keberhasilan suatu perusahaan dalam pengolahan bahan baku tersebut tergantung dari upaya perusahaan untuk mencari dan memilih dengan teliti bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi. Dengan kualitas bahan baku yang semakin baik maka akan mengurangi terjadinya kesalahan produksi maupun proses produksi ulang. Untuk mendapatkan bahan baku yang bermutu baik maka dilakukan pengujian atau pengetesan bahan baku, maka dapat diketahui bahan baku yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan dan mana yang tidak sesuai. Bila mutu bahan baku

sesuai dengan standar yang ditetapkan maka diharapkan adanya produk yang bermutu baik.

Berdasarkan Tabel 17 di atas, tim peneliti memetakan masalah berdasarkan % besarnya masalah. Selanjutnya, masalah disusun berdasarkan besarnya persentase masalah untuk menentukan prioritas penyelesaian masalah bahan baku dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

Tabel 18. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Bahan Baku dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/ Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah
		Jumlah	%	
1.	Kesulitan mendapatkan bahan baku untuk jenis subsektor yang butuh bahan baku, misalnya: kerajinan kayu, fashion, dll	6	35,29	2
2.	Kurangnya riset bahan baku	6	35,29	2
3.	Standardisasi dan sertifikasi bahan baku yang belum baik	8	47,06	1

Subsektor ekonomi kreatif yang mengalami permasalahan bahan baku dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten kota disajikan dalam bentuk matriks pada Tabel 19 berikut.

Tabel 19. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Bahan Baku dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
1.	Kesulitan mendapatkan bahan baku untuk jenis subsektor yang butuh bahan baku, misalnya: kerajinan kayu, fashion, dll	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Kerajinan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Kerajinan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Kerajinan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Kerajinan • Fashion
2.	Kurangnya riset bahan baku				
3.	Standardisasi dan sertifikasi bahan baku yang belum baik				

*Hasil ini diperoleh hanya melalui wawancara dan bukan hasil penelusuran pada setiap usaha/industri ekonomi kreatif, sehingga sifatnya hanya secara rata-rata atau umumnya terjadi

3. Permasalahan terkait Permodalan/Pembiayaan

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait permasalahan permodalan/pembiayaan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif, disajikan pada Tabel 20.

Tabel 20. Permasalahan Permodalan/Pembiayaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah di Kabupaten/Kota																	
		T. Tinggi					Deli Serdang					Binjai				Karo			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	
1.	Kurangnya permodalan	√	√	√	√	√	X	-	√	√	√	√	√	X	X	√	√	X	√
2.	Perbankan kurang menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi wirausaha di sektor ekonomi kreatif	√	-	X	X	√	X	-	-	X	X	X	X	X	X	X	X	√	X
3.	Pemberian kredit kepada pelaku wirausaha di sektor ekonomi kreatif dianggap beresiko tinggi	X	-	√	√	√	X	-	√	X	X	√	X	X	X	X	X	X	X
4.	Biaya transaksi kredit relatif tinggi	X	-	X	X	√	X	-	√	X	X	√	X	X	X	X	X	X	X

Keterangan:

- | | | |
|--|---|---|
| X = tidak ada masalah; | √ = ada masalah | - = informan tidak paham/tahu atau tidak dibutuhkan |
| Deli Serdang | Binjai | Tebing Tinggi |
| 1. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata | 1. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan | 1. Dinas Tenaga Kerja |
| 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan | 2. Dinas Koperasi dan UKM | 2. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata |
| 3. Dinas Koperasi dan UKM | 3. Usaha/Industri Rumah Kreatif "ELLEN" | 3. Dinas Perdagangan |
| 4. Usaha/Industri Mozaik Lidi Art | 4. Usaha/Industri WD. | 4. Usaha/Industri Roti Kacang Hj. Eliya Lubis |
| 5. Usaha/Industri Tenun Tradisional | Anugrah: Bandrek Jahe Merah | 5. Usaha/Industri Rumah Rajut Fiza |
| | | 1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan |
| | | 2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM |
| | | 3. RM Coffee |

Berdasarkan Tabel 20 di atas dapat ditambahkan bahwa mayoritas pelaku usaha ekonomi kreatif kekurangan modal serta kesulitan untuk mendapatkan permodalan dari perbankan. Salah satu penyebab usaha/industri ekonomi kreatif tidak meningkat/berkurang kapasitas produksinya adalah kurangnya permodalan atau sulitnya mendapatkan pinjaman untuk menambah modal usaha. Pelaku usaha ekonomi kreatif menggunakan pinjaman modal untuk kebutuhan peningkatan tenaga kerja, ekspansi mesin maupun tempat usaha, atau alasan lain.

Mendapatkan tambahan modal usaha tidak serta merta dapat meningkatkan kapasitas produksi usaha. Beberapa pelaku usaha yang sudah mendapatkan tambahan modal usaha justru gagal melakukan penetrasi terhadap pasar, sehingga permintaan terhadap barang tidak berubah dan menyebabkan

pendapatan usaha ekonomi kreatif stagnan, atau permintaan terhadap barang yang diproduksi turun, atau pengelolaan terhadap pinjaman modal tidak tepat sasaran, dan lain sebagainya.

Berdasarkan Tabel 20 di atas, tim peneliti memetakan masalah berdasarkan besarnya masalah. Selanjutnya, masalah disusun berdasarkan besarnya persentase masalah untuk menentukan prioritas penyelesaian masalah Permodalan/Pembiayaan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

Tabel 21. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Permodalan/Pembiayaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/ Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah
		Jumlah	%	
1.	Kurangnya permodalan	12	70,59	1
2.	Perbankan kurang menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi wirausaha di sektor ekonomi kreatif	3	17,65	3
3.	Pemberian kredit kepada pelaku wirausaha di sektor ekonomi kreatif dianggap beresiko tinggi	5	29,41	2
4.	Biaya transaksi kredit relatif tinggi	3	17,65	3

Subsektor ekonomi kreatif yang mengalami permasalahan permodalan/pembiayaan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten kota disajikan dalam bentuk matriks pada Tabel 22 berikut.

Tabel 22. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Permodalan/Pembiayaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
1.	Kurangnya permodalan	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Seni Pertunjukan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan • Musik 	<ul style="list-style-type: none"> • Semua subsektor
2.	Perbankan kurang menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi wirausaha di sektor ekonomi kreatif				
3.	Pemberian kredit kepada pelaku wirausaha di sektor ekonomi kreatif dianggap beresiko tinggi				
4.	Biaya transaksi kredit				

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
	relatif tinggi				

*Hasil ini diperoleh hanya melalui wawancara dan bukan hasil penelusuran pada setiap usaha/industri ekonomi kreatif, sehingga sifatnya hanya secara rata-rata atau umumnya terjadi

4. Permasalahan terkait Kelembagaan

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait permasalahan kelembagaan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif, disajikan pada Tabel 23.

Tabel 23. Permasalahan Kelembagaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah di Kabupaten/Kota																
		T. Tinggi					Deli Serdang					Binjai				Karo		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
1.	Belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor ekonomi kreatif	X	√	√	√	√	X	-	√	√	√	X	-	√	X	√	X	√
2.	Iklim usaha belum cukup kondusif	√	√	X	X	√	X	-	√	√	√	X	-	X	X	X	√	√
3.	Apresiasi yang rendah	√	√	X	X	√	X	-	√	√	√	√	X	√	X	X	√	√
4.	Pembajakan tinggi	√	√	X	X	X	X	-	X	√	√	√	X	X	X	X	√	X
5.	Transaksi elektronik belum diregulasi dengan baik	-	√	√	√	√	X	-	X	X	√	-	X	X	X	√	√	√
6.	Lebih dari 50% usaha di sektor ekonomi kreatif tidak dapat bertahan hidup	-	X	X	√	√	X	-	X	√	√	X	-	√	√	√	√	X
7.	Kurang luasnya jejaring usaha di sektor ekonomi kreatif membuat pelaku menjadi kurang berdaya dalam meningkatkan usahanya	√	√	√	X	√	X	-	X	X	√	√	-	X	X	√	√	X
8.	Masih banyak usaha di sektor ekonomi kreatif bersifat informal	√	-	√	X	X	X	-	X	X	√	√	-	√	√	√	√	X
9.	Industri pendukung yang lemah	√	X	√	√	√	X	-	√	√	√	√	-	X	X	√	√	√

Keterangan:

- | | | |
|--|---|---|
| X = tidak ada masalah; | √ = ada masalah | - = informan tidak paham/tahu atau tidak dibutuhkan |
| Deli Serdang | Binjai | Tebing Tinggi |
| 1. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata | 1. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan | 1. Dinas Tenaga Kerja |
| 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan | 2. Dinas Koperasi dan UKM | 2. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata |
| 3. Dinas Koperasi dan UKM | 3. Usaha/Industri Rumah Kreatif "ELLEN" | 3. Dinas Perdagangan |
| 4. Usaha/Industri Mozaik Lidi Art | 4. Usaha/Industri WD. Anugrah: Bandrek Jahe Merah | 4. Usaha/Industri Roti Kacang Hj. Eliya Lubis |
| 5. Usaha/Industri Tenun Tradisional | | 5. Usaha/Industri Rumah Rajut Fiza |
| | | Karo |
| | | 1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan |
| | | 2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM |
| | | 3. RM Coffee |

Berdasarkan Tabel 23 di atas dapat ditambahkan bahwa permasalahan-permasalahan di atas menjadikan kapasitas kelembagaan usaha/industri ekonomi

kreatif lemah, sehingga mengakibatkan para pelaku usaha enggan melakukan pengurusan perizinan usaha, sehingga jumlah usaha/industri ekonomi kreatif tidak dapat tumbuh dan berkembang, khususnya pada beberapa subsektor ekonomi kreatif yang produksinya berbentuk intangible, misalnya: subsektor pertunjukan seni, musik, film, animasi, permainan interaktif, dll. Dampak akibat usaha ekonomi kreatif yang bersifat informal atau tidak memiliki izin usaha adalah lemahnya dalam pemasaran ke ritel-ritel modern yang mempersyaratkan perijinan produk/usaha.

Masalah lemahnya kelembagaan usaha ekonomi kreatif sebagaimana dijelaskan di atas harus didorong/didukung oleh 3 pilar utama, yaitu kelembagaan pemerintah, kelembagaan komunitas, dan kelembagaan pasar. Masing-masing pilar kelembagaan memiliki peran yang berbeda sehingga saling mendorong dalam membangun sistem kelembagaan yang kuat. Secara sederhana ketiganya mewakili kekuatan politik, sosial dan ekonomi. Pemerintah perlu mengeluarkan kebijakan-kebijakan berupa program dan kegiatan yang didukung oleh anggaran dana yang cukup untuk memperkuat kelembagaan ekonomi kreatif. Pemerintah Daerah juga harus menggandeng dan bekerjasama dengan komunitas-komunitas dalam upaya menumbuhkan ekonomi kreatif serta memfasilitasi para pelaku usaha untuk membangun jejaring usaha ekonomi kreatif, termasuk melihat potensi pasar.

Berdasarkan Tabel 23 di atas, tim peneliti memetakan masalah berdasarkan besarnya masalah. Selanjutnya, masalah disusun berdasarkan besarnya persentase masalah untuk menentukan prioritas penyelesaian masalah Kelembagaan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

Tabel 24. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Kelembagaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/ Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah
		Jumlah	%	
1.	Belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor ekonomi kreatif	10	58,82	2
2.	Iklim usaha belum cukup kondusif	8	47,06	3
3.	Apresiasi yang rendah	10	58,82	2
4.	Pembajakan tinggi	6	35,29	4
5.	Transaksi elektronik belum diregulasi dengan baik	8	47,06	3
6.	Lebih dari 50% usaha di sektor ekonomi kreatif	8	47,06	3

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/ Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah
		Jumlah	%	
	tidak dapat bertahan hidup			
7.	Kurang luasnya jejaring usaha di sektor ekonomi kreatif membuat pelaku menjadi kurang berdaya dalam meningkatkan usahanya	8	47,06	3
8.	Masih banyak usaha di sektor ekonomi kreatif bersifat informal	8	47,06	3
9.	Industri pendukung yang lemah	11	67,71	1

Subsektor ekonomi kreatif yang mengalami permasalahan kelembagaan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten kota disajikan dalam bentuk matriks pada Tabel 25 berikut.

Tabel 25. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Kelembagaan dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
1.	Belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor ekonomi kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Seni Pertunjukan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan • Musik 	<ul style="list-style-type: none"> • Semua subsektor
2.	Iklim usaha belum cukup kondusif				
3.	Apresiasi yang rendah				
4.	Pembajakan tinggi				
5.	Transaksi elektronik belum diregulasi dengan baik				
6.	Lebih dari 50% usaha di sektor ekonomi kreatif tidak dapat bertahan hidup				
7.	Kurang luasnya jejaring usaha di sektor ekonomi kreatif membuat pelaku menjadi kurang berdaya dalam meningkatkan usahanya				
8.	Masih banyak usaha di sektor ekonomi kreatif bersifat informal				
9.	Industri pendukung yang lemah				

*Hasil ini diperoleh hanya melalui wawancara dan bukan hasil penelusuran pada setiap usaha/industri ekonomi kreatif, sehingga sifatnya hanya secara rata-rata atau umumnya terjadi

5. Permasalahan terkait Produk/Hasil/Jasa

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait permasalahan produk/hasil/jasa dalam menumbuhkan ekonomi kreatif, disajikan pada Tabel 26.

Tabel 26. Permasalahan Produk/Hasil/Jasa dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah di Kabupaten/Kota																
		T. Tinggi					Deli Serdang					Binjai				Karo		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
1.	Kurangnya inovasi	√	√	√	X	X	X	√	√	X	√	√	X	X	X	√	√	X
2.	Rendahnya daya saing	√	√	√	X	√	X	√	X	X	√	X	X	X	X	√	√	X
3.	Jumlah produk/hasil/jasa yang dapat mencapai pasar internasional sangat sedikit sekali	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
4.	Tidak banyak pelaku usaha menyadari pentingnya merek	√	X	√	X	X	X	√	√	X	√	√	X	√	√	√	√	X
5.	Kurang diminati masyarakat konsumen	√	X	√	X	√	X	√	X	√	√	X	X	√	√	√	X	X
6.	Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal	-	√	√	-	√	X	√	-	√	√	√	X	X	-	√	√	-
7.	kurangnya riset konten	-	√	√	-	-	X	√	-	-	-	√	X	-	-	√	√	-
8.	Kurangnya aktivitas pengarsipan konten	-	√	√	-	-	X	√	-	-	-	√	X	-	-	√	√	-

Keterangan:

X = tidak ada masalah;	√ = ada masalah	- = informan tidak paham/tahu atau tidak dibutuhkan
Deli Serdang	Binjai	Tebing Tinggi
1. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata	1. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan	1. Dinas Tenaga Kerja
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan	2. Dinas Koperasi dan UKM	2. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
3. Dinas Koperasi dan UKM	3. Usaha/Industri Rumah Kreatif "ELLEN"	3. Dinas Perdagangan
4. Usaha/Industri Mozaik Lidi Art	4. Usaha/Industri WD. Anugrah: Bandrek Jahe Merah	4. Usaha/Industri Roti Kacang Hj. Eliya Lubis
5. Usaha/Industri Tenun Tradisional		5. Usaha/Industri Rumah Rajut Fiza
		Karo
		1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
		2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM
		3. RM Coffee

Berdasarkan Tabel 26 di atas dapat ditambahkan bahwa pelaku usaha harus dituntut untuk berinovasi terhadap barang/jasa produksinya, agar permasalahan-permasalahan di atas dapat tereliminir, serta juga harus mendapat fasilitas yang memadai. Para pelaku bisnis pun harus menghasilkan jenis produk yang beragam dengan cara-cara yang kreatif. Usaha/industri ekonomi kreatif menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Usaha menjadi penopang perekonomian karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kondisi persaingan pasar yang kompetitif menjadi aspek yang tidak

lepas dari perhatian. Para pelaku harus saling bersaing untuk mampu menjadi yang diminati pasar dengan mempertimbangkan aspek mutu dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang selektif sebelum melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan Tabel 26 di atas, tim peneliti memetakan masalah berdasarkan besarnya masalah. Selanjutnya, masalah disusun berdasarkan besarnya persentase masalah untuk menentukan prioritas penyelesaian masalah Produk/ Hasil/Jasa dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

Tabel 27. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Produk/Hasil/Jasa dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/ Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah
		Jumlah	%	
1.	Kurangnya inovasi	9	52,94	4
2.	Rendahnya daya saing	8	47,06	5
3.	Jumlah produk/hasil/jasa yang dapat mencapai pasar internasional sangat sedikit sekali	17	100	1
4.	Tidak banyak pelaku usaha menyadari pentingnya merek	10	58.82	3
5.	Kurang diminati masyarakat konsumen	9	52,94	4
6.	Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal	9	75	2
7.	kurangnya riset konten	6	75	2
8.	Kurangnya aktivitas pengarsipan konten	6	75	2

Subsektor ekonomi kreatif yang mengalami permasalahan produk/hasil/jasa dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten kota disajikan dalam bentuk matriks pada Tabel 28 berikut.

Tabel 28. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Produk/Hasil/Jasa dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
1.	Kurangnya inovasi	• Kuliner	• Kuliner	• Kuliner	• Kuliner
2.	Rendahnya daya saing	• Potografi	• Desain	• Film,	• Potografi
3.	Jumlah produk/hasil/jasa yang dapat mencapai pasar internasional sangat sedikit sekali	• Kerajinan	• Produk	• Animasi, dan	• Kerajinan
4.	Tidak banyak pelaku usaha menyadari pentingnya merek	• Musik	• Kerajinan	• Video	• Musik
		• Periklanan	• Periklanan	• Kerajinan	• Periklanan
		• Seni	• Seni	• Musik	• Seni
		Pertunjukan	Pertunjukan		Pertunjukan
		• Seni Rupa	• Fashion		• Seni Rupa
		• Fashion			• Fashion

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
5.	Kurang diminati masyarakat konsumen				
6.	Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal	<ul style="list-style-type: none"> • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa 	<ul style="list-style-type: none"> • Periklanan • Seni Pertunjukan 	<ul style="list-style-type: none"> • Film, Animasi, dan Video • Musik 	<ul style="list-style-type: none"> • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • TV & Radio • Desain Interior • Desain Produk • Arsitektur • Aplikasi & Game Developer • Potografi
7.	kurangnya riset konten				
8.	Kurangnya aktivitas pengarsipan konten				

*Hasil ini diperoleh hanya melalui wawancara dan bukan hasil penelusuran pada setiap usaha/industri ekonomi kreatif, sehingga sifatnya hanya secara rata-rata atau umumnya terjadi

6. Permasalahan terkait Sarana Prasarana

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait permasalahan sarana prasarana dalam menumbuhkan ekonomi kreatif, disajikan pada Tabel 29.

Tabel 29. Permasalahan Sarana Prasarana dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah di Kabupaten/Kota																
		T. Tinggi					Deli Serdang					Binjai		Karo				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
1.	Infrastruktur internet belum memadai	√	√	√	X	√	X	√	√	√	√	X	X	X	√	X	√	-
2.	Infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar	√	X	√	-	√	X	√	X	√	√	√	√	√	-	X	√	√
3.	Mahalnya mesin produksi	√	√	√	√	√	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
4.	Mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif	√	-	√	-	√	X	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	-

Keterangan:

- | | | |
|--|---|---|
| X = tidak ada masalah; | √ = ada masalah | - = informan tidak paham/tahu atau tidak dibutuhkan |
| Deli Serdang | Binjai | Tebing Tinggi |
| 1. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata | 1. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan | 1. Dinas Tenaga Kerja |
| 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan | 2. Dinas Koperasi dan UKM | 2. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata |
| 3. Dinas Koperasi dan UKM | 3. Usaha/Industri Rumah Kreatif "ELLEN" | 3. Dinas Perdagangan |
| 4. Usaha/Industri Mozaik Lidi Art | 4. Usaha/Industri WD. | 4. Usaha/Industri Roti Kacang Hj. Eliya Lubis |
| 5. Usaha/Industri Tenun Tradisional | Anugrah: Bandrek Jahe Merah | 5. Usaha/Industri Rumah Rajut Fiza |
| | | 1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan |
| | | 2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM |
| | | 3. RM Coffee |

Berdasarkan Tabel 29 di atas dapat ditambahkan bahwa selain penyediaan infrastruktur internet, gedung pertunjukan, piranti perangkat lunak dan mesin produksi, fasilitasi juga dapat dilakukan dengan cara memberikan tempat untuk: pelatihan bagi pelaku usaha, serta pemasaran dengan berbagai kegiatan misalnya: bazar atau pameran hasil-hasil produk; dan lain sebagainya. Adapun sarana sebagai konsultasi bagi masyarakat yang memiliki permasalahan dalam usahanya, yaitu dengan menyediakan pelayanan Klinik Usaha yang bekerjasama dengan Pemerintah Daerah. Sarana Klinik Usaha yang sudah ada perlu difungsikan kembali agar masyarakat dapat mengetahui lebih jauh mengenai fungsi Klinik yang telah difasilitasi oleh pemerintah tersebut dan dapat memanfaatkannya dengan baik.

Berdasarkan Tabel 29 di atas, tim peneliti memetakan masalah berdasarkan besarnya masalah. Selanjutnya, masalah disusun berdasarkan besarnya persentase masalah untuk menentukan prioritas penyelesaian masalah Sarana Prasarana dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

Tabel 30. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Sarana Prasarana dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/ Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah secara Sekuens
		Jumlah	%	
1.	Infrastruktur internet belum memadai	10	62,5	4
2.	Infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar	11	73,33	3
3.	Mahalnya mesin produksi	16	94,12	1
4.	Mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif	12	92,32	2

Subsektor ekonomi kreatif yang mengalami permasalahan sarana prasarana dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten kota disajikan dalam bentuk matriks pada Tabel 31 berikut.

Tabel 31. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Sarana Prasarana dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
1.	Infrastruktur internet belum memadai	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Film, Animasi, 	<ul style="list-style-type: none"> • Semua subsector

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
		<ul style="list-style-type: none"> • Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk • Kerajinan • Periklanan • Seni Pertunjukan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • dan Video • Kerajinan • Musik 	
2.	Infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Seni Pertunjukan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan • Musik 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi Game & Developer • Arsitektur • Desain Interior • Film, Animasi, dan video • Desain Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Penerbitan • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion • TV & Radio
3.	Mahalnya mesin produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Fashion • Kuliner 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Fashion • Kuliner 	<ul style="list-style-type: none"> • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Fashion • Kuliner • Penerbitan
4.	Mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan 	<ul style="list-style-type: none"> • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan

*Hasil ini diperoleh hanya melalui wawancara dan bukan hasil penelusuran pada setiap usaha/industri ekonomi kreatif, sehingga sifatnya hanya secara rata-rata atau umumnya terjadi

7. Permasalahan terkait Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner diperoleh data dan informasi terkait permasalahan pemasaran dalam menumbuhkan ekonomi kreatif, disajikan pada Tabel 32.

Tabel 32. Permasalahan Pemasaran dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah di Kabupaten/Kota																
		T. Tinggi					Deli Serdang					Binjai				Karo		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3
1.	Terbatasnya ruang publik untuk memamerkan, memperjualbelikan, dan menjelaskan karya-karya kreatif	X	√	√	√	√	X	√	√	√	√	√	√	√	√	X	√	-
2.	Kesulitan mendistribusikan barang	X	√	√	X	√	X	√	√	√	√	X	X	X	√	√	√	√
3.	Belum memaksimalkan pemasaran online	√	√	√	√	√	X	√	√	X	√	√	√	X	√	√	√	√
4.	Kurangnya channel untuk pendistribusian barang	X	√	√	X	√	X	√	X	√	√	√	X	X	√	√	√	√
5.	Pelaku usaha hanya menysasar pelanggan-pelanggan lama dan cakupan wilayah pemasaran masih sangat terbatas di wilayah setempat	√	√	√	X	√	X	√	√	√	√	√	X	X	√	√	√	√

Keterangan:

X = tidak ada masalah;	√ = ada masalah	- = tidak dibutuhkan
Deli Serdang	Binjai	Tebing Tinggi
1. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata	1. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan	1. Dinas Tenaga Kerja
2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan	2. Dinas Koperasi dan UKM	2. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
3. Dinas Koperasi dan UKM	3. Usaha/Industri Rumah Kreatif "ELLEN"	3. Dinas Perdagangan
4. Usaha/Industri Mozaik Lidi Art	4. Usaha/Industri WD.	4. Usaha/Industri Roti Kacang Hj. Eliya Lubis
5. Usaha/Industri Tenun Tradisional	Anugrah: Bandrek Jahe Merah	5. Usaha/Industri Rumah Rajut Fiza
		Karo
		1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
		2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM
		3. RM Coffee

Berdasarkan Tabel 32 di atas, tim peneliti memetakan masalah berdasarkan besarnya masalah. Selanjutnya, masalah disusun berdasarkan besarnya persentase masalah untuk menentukan prioritas penyelesaian masalah Pemasaran dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

Tabel 33. Persentase Besarnya Masalah & Prioritas Penyelesaian Masalah Pemasaran dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah secara Sekuensi
		Jumlah	%	
1.	Terbatasnya ruang publik untuk memamerkan, memperjualbelikan, dan menjelaskan karya-karya	13	81,25	2

No.	Permasalahan	Stakeholder Terdampak/ Terkena Masalah		Prioritas Penyelesaian Masalah secara Sekuensi
		Jumlah	%	
	kreatif			
2.	Kesulitan mendistribusikan barang	11	64,71	4
3.	Belum memaksimalkan pemasaran online	14	82,35	1
4.	Kurangnya channel untuk pendistribusian barang	11	64,71	4
5.	Pelaku usaha hanya menasar pelanggan-pelanggan lama dan cakupan wilayah pemasaran masih sangat terbatas di wilayah setempat	13	76,47	3

Subsektor ekonomi kreatif yang mengalami permasalahan pemasaran dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten kota disajikan dalam bentuk matriks pada Tabel 34 berikut.

Tabel 34. Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Permasalahan Pemasaran dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Masing-Masing Kabupaten/Kota

No.	Permasalahan	Subsektor Ekonomi Kreatif yang Mengalami Masalah Berdasarkan Kabupaten/Kota*			
		T. Tinggi	Deli Serdang	Binjai	Karo
1.	Terbatasnya ruang publik untuk memamerkan, memperjualbelikan dan menjelaskan karya-karya kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Seni Pertunjukan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan • Musik 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi & Game Developer • Arsitektur • Desain interior • Film, Animasi, dan Video • Kuliner • Desain Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion
2.	Kesulitan mendistribusikan barang	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Potografi • Kerajinan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Kerajinan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Potografi • Kerajinan • Fashion • Penerbitan
3.	Belum memaksimalkan pemasaran online	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Potografi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Kerajinan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Kerajinan 	<ul style="list-style-type: none"> • Semua subsektor
4.	Kurangnya channel untuk pendistribusian barang	<ul style="list-style-type: none"> • Kerajinan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Fashion 		

5.	Pelaku usaha hanya menysasar pelanggan-pelanggan lama dan cakupan wilayah pemasaran masih sangat terbatas di wilayah setempat	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Potografi • Kerajinan • Musik • Periklanan • Seni Pertunjukan • Seni Rupa • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Desain Produk • Kerajinan • Periklanan • Seni Pertunjukan • Fashion 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliner • Film, Animasi, dan Video • Kerajinan • Musik 	<ul style="list-style-type: none"> • Semua subsector
----	---	---	--	---	---

*Hasil ini diperoleh hanya melalui wawancara dan bukan hasil penelusuran pada setiap usaha/industri ekonomi kreatif, sehingga sifatnya hanya secara rata-rata atau umumnya terjadi

C. Upaya Pemerintah Daerah dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara

Berdasarkan hasil wawancara dan data isian dari beberapa OPD terkait diperoleh informasi tentang upaya dan kebijakan Pemerintah Daerah dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat, disajikan dalam bentuk matriks berikut.

Tabel 35. Upaya & Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat

No.	Upaya & Kebijakan Pemerintah Daerah	Binjai		Tebing Tinggi			Deli Serdang			Karo	
		1	2	1	2	3	1	2	3	1	2
1.	Membentuk Komite Sumatera Utara Kreatif	√	-	-	√	X	X	X	-	X	X
2.	Membentuk pusat informasi industri kreatif untuk mendukung riset dan pengembangan industri kreatif	√	X	X	√	X	√	√	X	X	X
3.	Pengakuan kepeloporan dan prestasi dalam industri kreatif	-	X	X	√	√	√	√	√	√	X
4.	Perlindungan hasil karya kreatif (hak cipta)	√	√	X	√	√	√	-	√	√	√
5.	Kemudahan perijinan usaha industri kreatif	√	√	√	√	√	√	√	√	X	√
6.	Integrasi kegiatan kreatif, bisnis, dan teknologi	√	√	X	√	X	√	√	√	X	√
7.	Relevansi lembaga pendidikan dengan bisnis kreatif	-	√	X	√	X	√	-	√	X	√
8.	Layanan investasi yang berkualitas internasional	-	X	-	√	X	X	-	√	X	√
9.	Akses modal kerja atau pembiayaan bisnis kreatif	-	√	-	√	X	√	√	√	X	√
10.	Perlindungan terhadap pekerja kreatif dan penyeteraan gender	-	X	√	√	√	√	X	√	√	X
11.	Pengembangan infrastruktur	√	X	√	√	X	√	√	√	√	X
12.	Inisiasi pembentukan skema dan lembaga pembiayaan yang sesuai	-	-	-	√	X	√	-	√	X	X
13.	Pengembangan pola relasi yang saling mendukung	-	√	-	√	X	X	√	√	X	X
14.	Fasilitasi creative talent untuk berkreasi bagi masyarakat	√	X	X	√	X	X	√	√	X	X
15.	Creative mindset programme kepada masyarakat	-	X	X	√	X	√	√	X	X	X
16.	Pelatihan dan pendampingan entrepreneurship	√	√	√	√	√	√	X	√	√	X
17.	Market attractiveness programme untuk keunggulan kompetitif	-	X	X	√	X	√	√	√	X	X
18.	Fasilitasi dan apresiasi terhadap nilai karya dan budaya	-	√	X	√	X	√	-	√	√	X

No.	Upaya & Kebijakan Pemerintah Daerah	Binjai		Tebing Tinggi			Deli Serdang			Karo	
		1	2	1	2	3	1	2	3	1	2
19.	Inventarisasi dan fasilitasi karya kreatif	-	√	X	√	X	√	√	√	√	X
20.	Sosialisasi HKI dan etika penciptaan kepada masyarakat	√	X	√	√	-	√	X	√	√	√
21.	Program inovasi bermuatan lokal yang unggul	-	X	X	√	√	√	X	√	√	√
22.	Revitalisasi basis teknologi pendukung Community Development	-	-	X	√	-	√	X	√	X	X
23.	Program peningkatan jumlah dan kualitas creative worker	-	X	√	√	-	√	√	√	X	X
24.	Fasilitasi networking dan manajemen komunitas	√	√	X	√	X	√	√	√	X	X
25.	Membentuk kawasan atau pasar kreatif	-	X	√	√	X	√	√	√	X	X
26.	Membentuk Duta Sumut Kreatif	-	X	-	√	X	X	-	X	X	X
27.	Mengembangkan ekosistem bisnis yang terpadu	-	√	X	√	X	√	-	√	X	X
28.	Memberikan pinjaman dengan bunga rendah	-	-	X	√	√	X	X	X	X	√
29.	Menghubungkan para pelaku usaha dengan toko-toko teknologi Daring untuk membantu pemasaran dan penjualan produk-produk seperti Tokopedia, Shopee, dan Blibli	√	√	√	√	X	X	√	√	X	X
30.	Melakukan kerjasama dengan industri lokal penyedia bahan baku mentah untuk keperluan produksi	√	√	X	√	X	√	X	√	X	X

Keterangan:

X = tidak ada √ = ada

- = informan tidak paham/tahu

- Deli Serdang
 1. Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata
 2. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
 3. Dinas Koperasi dan UKM

- Binjai
 1. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan
 2. Dinas Koperasi dan UKM

- Tebing Tinggi
 1. Dinas Tenaga Kerja
 2. Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata
 3. Dinas Perdagangan

- Karo
 1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan
 2. Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM

Berdasarkan Tabel 35 di atas dapat dijelaskan bahwa Pemerintah Daerah telah banyak melakukan upaya dan kebijakan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara, akan tetapi beberapa subsektor ekonomi kreatif masih belum tumbuh dan berkembang secara kelembagaan. Keterbatasan dalam penganggaran yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah menjadikan upaya dan kebijakan di atas hanya difokuskan pada usaha/industri ekonomi kreatif di bawah binaan Pemerintah Daerah.

Hal lain yang perlu dijelaskan dari Tabel 35 adalah tentang Komite Ekonomi Kreatif, yaitu disusun dalam bentuk Keputusan Kepala Daerah. Komite Ekonomi Kreatif memiliki tugas pokok membantu Kepala Daerah dalam penyusunan kebijakan, pengembangan dan mengarahkan serta mengawal pelaksanaan program aksi ekonomi kreatif. Komite Ekonomi Kreatif mempunyai fungsi sebagai berikut: 1) melakukan intermediasi dengan pemangku kebijakan dan pelaku ekonomi kreatif serta para pihak yang berkepentingan untuk

mengembangkan Ekonomi Kreatif; 2) penguatan jaringan kerja dan koordinasi antarkomunitas kreatif se-provinsi/ kabupaten/kota maupun dengan komunitas kreatif nasional dan internasional; 3) mengembangkan program strategis dan melaksanakan kegiatan percepatan pengembangan ekonomi kreatif; dan 4) menyampaikan laporan pelaksanaan kepada Gubernur/Bupati/Walikota.

OPD yang terlibat pada Komite Ekonomi Kreatif umumnya adalah Bappeda, Dinas Perindustrian atau sebutan lain, Dinas Koperasi dan UKM atau sebutan lain, Dinas Perdagangan atau sebutan lain, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata atau sebutan lain, Tenaga Kerja atau sebutan lain, Dinas Pertanian atau sebutan lain, Dinas Perikanan atau sebutan lain, Dinas Ketahanan Pangan atau sebutan lain, Dinas Komunikasi dan Informatika atau sebutan lain, dan OPD lainnya. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, Komite Ekonomi Kreatif dibagi kedalam beberapa bidang, yaitu: Penelitian dan Data, Kebijakan, Kerjasama dan Jejaring, dan Pengembangan Program.

Selanjutnya, dari Tabel 35 di atas juga dapat dijelaskan bahwa Duta Kreatif merupakan terobosan strategis untuk menggerakkan seluruh pemuda Indonesia menjadi kreatif melalui Gerakan Nasional Pemuda Kreatif (GNPK). Program ini berada pada Kementerian Pemuda dan Olahraga melalui Deputi Peningkatan Kreativitas Pemuda atau pada Pemerintah Daerah berada di Dinas Pemuda dan Olahraga atau sebutan lainnya.

Duta Pemuda Kreatif harus dipilih dari pemuda setempat yang memiliki jejaring luas dan memiliki karya kreatif, mampu mengembangkan potensi kreatif di wilayahnya dan mampu menggerakkan pemuda di wilayahnya menjadi pemuda kreatif yang memiliki karya kreatif. Peran Duta Pemuda Kreatif sangat penting guna pengembangan jejaring selanjutnya sebagai ujung tombak pelaksanaan GNPK.

Adapun peran Duta Pemuda Kreatif adalah: 1) sebagai *leader of change* (pemimpin perubahan) melalui GNPK; 2) sebagai motivator pada pemuda untuk meningkatkan kreativitas pemuda; 3) sebagai fasilitator atau relawan untuk meningkatkan kreativitas pemuda melalui pengembangan GNPK; 4) membantu mensosialisasikan program/kegiatan peningkatan kreativitas pemuda dari

Kementerian Pemuda dan Olahraga atau dari Dinas Pemuda dan Olahraga atau sebutan lain; 5) mempublikasikan tugas dan aktivitasnya sebagai Duta Pemuda Kreatif, melalui media setempat dan/atau nasional, serta jejaring media sosial yang dimiliki.

Upaya dan kebijakan Pemerintah Daerah sebagaimana pada Tabel 35 di atas didukung oleh program dan kegiatan OPD untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara, disajikan pada Tabel 36.

Tabel 36. Dukungan Program dan Kegiatan OPD dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara

No.	OPD Berdasarkan Kab/Kota	Program	Kegiatan	Subsektor
Pemerintah Provinsi Sumut				
1.	Dinas Koperasi dan UKM	Program Pengembangan Sumber Daya Manusia KUKM	<ul style="list-style-type: none"> – Pelatihan UKM Ekspor Yang Berbasis Kompetensi Bagi UKM – Bimbingan Teknis Penggunaan Aplikasi Mobile E-Community UMKMSUMUT Bagi Wirausaha Baru – Tenaga Pendampingan Pelatihan Bagi Koperasi dan UMKM di Provinsi Sumatera Utara – Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Sumber Daya Lokal (SDL) Potensi Daerah (Produk Unggulan Daerah) – Pelatihan Manajemen Berbasis Kompetensi Bagi Pengelola UKM – Pelatihan Usaha Ritel Yang Berbasis Kompetensi Bagi UMKM di Sumatera Utara – Pelatihan Kelayakan Usaha Bagi KUKM – Pelatihan Kewirausahaan Dalam rangka Pengembangan Usaha Kecil di Kawasan Danau Toba – Pelatihan Pengembangan Jaringan Usaha, Negosiasi dan Komunikasi Bisnis secara online – Pendampingan di Bidang Pemasaran – Worskhop Bisnis/Bimbingan Teknis Pendampingan di Bidang Produksi – Worskhop Bisnis/Bimbingan Teknis Pendampingan di Bidang Pengembangan IT – Worskhop Bisnis/Bimbingan Teknis Pendampingan di Bidang Pengembangan Jaringan Kerjasama – Penyusunan bahan dukungan akses penjaminan dan pembiayaan bagi usaha kecil – Peningkatan peran inkubator teknologi dan bisnis – Menyusun kebijakan untuk pengembangan UKM 	UKM di semua subsektor ekonomi kreatif
			<ul style="list-style-type: none"> – Pelatihan Pangan Berbasis Umi - Umbian dan Pisang Bagi Usaha Mikro dan Kecil – Pelatihan Makanan Olahan Bagi Usaha Kecil – Pelatihan Tata Boga Cake Bagi UKM – Pelatihan Wirausaha Kuliner dan Produk Pangan Bagi UMKM di Sumatera Utara 	Kuliner
			<ul style="list-style-type: none"> – Pelatihan Kewirausahaan Usaha Produktif Bidang Bordir 	Kerajinan

No.	OPD Berdasarkan Kab/Kota	Program	Kegiatan	Subsektor
			dan Payet Bagi Usaha Mikro dan Kecil – Pelatihan Kewirausahaan Handycraft Bahan Baku Enceng Gondok, Bambu, Lidi dan Pandan Bagi Usaha Kecil – Pelatihan Kewirausahaan Handycraft Bahan Baku Barang Bekas Bagi – Usaha Mikro dan Kecil	
			– Pelatihan Keterampilan Usaha Produktif Bidang Jahit dan Bordir Bagi UKM – Pelatihan Keterampilan Usaha Produktif Bidang Tata Rias Kecantikan Bagi UKM – Pelatihan Membuatik Bagi Pemuda Pemudi Putus Sekolah dan Pengangguran di Sumatera Utara	Fashion
		Program Pengembangan Koperasi dan UMKM	– Pengelolaan website/aplikasi PLUT – KUMKM – Pendampingan konsultan PLUT – KUMKM – Kurasi galeri produk unggulan prioritas PLUT – KUMKM – Temu bisnis dengan stakeholders PLUT – KUMKM – Pameran dalam dan luar daerah – Center for integrated service of SMESCO EXPO – Promosi dan pasar KUMKM Sumatera Utara – Publikasi melalui media elektronik dan cetak – Dukungan KUMKM di SMESCO – Koordinasi dan konsultasi sukses story program pendampingan PLUT – KUMKM – Dukungan perolehan izin kesehatan BPOM, IRT melalui standarisasi mutu produk sni dan sertifikasi barcode – Dukungan IUMK – Advokasi kemitraan akademisi dalam rangka peningkatan kewirausahaan koperasi dan UKM – Pengadaan sarana usaha bagi koperasi dan usaha kecil di Provinsi Sumatera Utara – Pengelolaan layanan pustaka entrepreneur – Peningkatan sarana PLUT-KUMKM – Peningkatan kerjasama/relasi pengembangan PLUT-KUMKM – Bimbingan teknis pendampingan KUMKM di bidang kelembagaan – Bimbingan teknis pendampingan KUMKM di bidang pembiayaan – Bimbingan teknis pendampingan KUMKM di bidang SDM – Worskhop bisnis/bimbingan teknis pendampingan di bidang produksi – Worskhop bisnis/bimbingan teknis pendampingan di bidang pemasaran – Worskhop bisnis/bimbingan teknis pendampingan di bidang pengembangan IT – Worskhop bisnis/bimbingan teknis pendampingan di bidang pengembangan jaringan kerjasama	UKM di semua subsektor ekonomi kreatif

No.	OPD Berdasarkan Kab/Kota	Program	Kegiatan	Subsektor
			<ul style="list-style-type: none"> - Monitoring dan evaluasi pengembangan, penguatan dan perlindungan usaha kecil - Promosi produk kumkm dengan biro perjalan (travel) - Observasi penumbuhan inovasi produk koperasi dan ukm - Penumbuhan inovasi produk kop. & UKM dalam rangka peningkatan kapasitas daya tarik pariwisata - Bimtek peningkatan modal usaha bagi UKM - Bimtek pemanfaatan digitalisasi promosi produk UKM - Pengembangan sistem informasi KUMKM Sumatera Utara 	
Kabupaten Deli Serdang				
1.	Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata	Program Pengelolaan Keragaman Budaya	<ul style="list-style-type: none"> - Workshop seni - Pengembangan kesenian dan kebudayaan daerah - Festival seni garapan tradisional - Pengiriman Tim kesenian pada Festival Serampang XII se Nusantara & PRSU 	Seni Pertunjukan
			Pengkajian dan Pembuatan Motif, Pewarnaan dan Desain Ciri Khas Kabupaten Deli Serdang	Fashion
		Program Pengembangan Nilai Budaya	<ul style="list-style-type: none"> - Apresiasi anak-anak Deli Serdang berbudaya - Pengiriman sanggar seni mengikuti event di luar daerah 	Seni Pertunjukan
		Program Pengembangan Kemitraan	Pelatihan Pembuatan Makanan Minuman dari Mangrove	Kuliner
2.	Dinas Perindustrian dan Perdagangan	Program Peningkatan Sarana Distribusi dan Logistik, serta Efisiensi Perdagangan Daerah	<ul style="list-style-type: none"> - Pengembangan Kapasitas SDM - Sosialisasi kebijakan penyederhanaan prosedur dokumen ekspor dan impor - Peningkatan sistem dan jaringan informasi perdagangan - Pengembangan kluster produk ekspor - Promosi dan pameran produk unggulan daerah tingkat regional - Promosi dan pameran produk unggulan kualitas ekspor 	IKM di semua Subsektor Ekonomi Kreatif
3.	Dinas Koperasi dan UKM	Program Pengembangan Kewirausahaan dan keunggulan Kompetitif UKM	<ul style="list-style-type: none"> - Penyelenggaraan Pelatihan Kewirausahaan - Pelatihan Manajemen Pengelola - Bimbingan Teknis Fasilitator/ Motivator Kewirausahaan dan Identifikasi Calon Wirausaha Baru - Menyusun kebijakan untuk pengembangan UKM 	UKM di semua Subsektor Ekonomi Kreatif
Kota Tebing Tinggi				
1.	Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata	Program Pengembangan Kemitraan	Pelatihan dan sertifikasi SDM Kepariwisata	Subsektor yang mendukung kepariwisataan, misalnya: Kerajinan, Seni Pertunjukan
		Program pengembangan	Festival kuliner	Kuliner

No.	OPD Berdasarkan Kab/Kota	Program	Kegiatan	Subsektor
		Pemasaran Pariwisata		
		Program Pengembangan Destinasi Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> – Pameran food and fashion – Pembangunan panggung kesenian – Pembangunan kios cendramata – Pembangunan plaza pusat jajanan kuliner 	<ul style="list-style-type: none"> – Kuliner – Fashion – Kerajinan
2.	Dinas Perdagangan	Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif UMKM	<ul style="list-style-type: none"> – Pelatihan kewirausahaan, motivasi dan pengendalian usaha bagi UMKM – Pelatihan SDM Pelaku Usaha Mikro, Manajemen Keuangan, Pemasaran dan Analisis Usaha bagi Pelaku Usaha – Sosialisasi dan Fasilitasi tentang pengurusan perijinan, HaKI, BPOM/Sertifikat Halal, Depkes dan ijin lainnya 	UMKM di semua subsektor ekonomi kreatif
		Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM	Sosialisasi aplikasi Go-Usmart bagi pelaku UMKM Kota Tebing Tinggi	UMKM di semua subsektor ekonomi kreatif
		Program Pengembangan Sentra Industri Kreatif	Pelatihan Handycraft bagi pelaku UMKM	Kerajinan
		Program Penciptaan Iklim Usaha UMKM yang Kondusif	<ul style="list-style-type: none"> – Temu usaha antara BUMN, BUMD, bank dengan KUMKM – Pelatihan kewirausahaan, motivasi, dan pengendalian usaha – Sosialisasi dan fasilitasi tentang pengurusan perijinan, HKI, BPOM/sertifikat halal, Depkes dan ijin lainnya – Rumah konseling dan UKM centre – Pembangunan rumah kemasan dan sarana prasarana 	UMKM di semua subsektor ekonomi kreatif
			Peningkatan mutu produk makanan ringan dan kerajinan	<ul style="list-style-type: none"> – Kuliner – Kerajinan
3.	Dinas Tenaga Kerja	Program Pengembangan Industri Kecil dan Menengah	<ul style="list-style-type: none"> – Pembinaan industri rumah tangga, Industri Kecil dan Menengah (SHINDANSHI) – Sosialisasi kemasan yang berstandar bagi IKM – Fasilitasi bagi IKM terhadap pemanfaatan sumberdaya 	IKM di semua subsektor ekonomi kreatif
		Program Pengembangan Sentra-Sentra Industri Potensial	<ul style="list-style-type: none"> – Pembentukan sentra IKM – Pembentukan rumah atau saung kreatif 	
Kota Binjai				
1.	Dinas Pariwisata	Program Pengelolaan Ragam Budaya	Pelatihan musik/tari tradisional dan modern	<ul style="list-style-type: none"> – Musik – Seni pertunjukan

No.	OPD Berdasarkan Kab/Kota	Program	Kegiatan	Subsektor
		Program Pengembangan Kemitraan	Workshop pelaku usaha pariwisata	Subsektor yang mendukung kepariwisataan, misalnya: Kerajinan, Seni Pertunjukan
2.	Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Perdagangan	Program Peningkatan Kualitas dan Produktivitas Tenaga Kerja	– Pendidikan dan pelatihan keterampilan bagi pencari kerja jurusan makanan ringan	Kuliner
			– Pendidikan dan pelatihan keterampilan bagi pencari kerja jurusan tata boga	
			Pendidikan dan pelatihan keterampilan jurusan tenun	
		Program Pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM)	Pendidikan dan pelatihan keterampilan bagi pencari kerja jurusan pengrajin lilin	Kerajinan
			– Peningkatan keterampilan perempuan di bidang industri kecil/rumah tangga/kewirausahaan – Pelatihan gugus kendali mutu ikm – Peningkatan kemampuan IKM dalam diversifikasi produk – Pelatihan pembuatan kemasan yang baik – Operasional rumah kemasan – Pembinaan IKM baru – Revitalisasi dan penumbuhan IKM – Penambahan sarana dan prasarana rumah produksi – Revitalisasi rumah kemasan – Revitalisasi gedung produksi – Pengadaan mesin dan peralatan – Penyelenggaraan promosi produk unggulan IKM – Pembinaan IKM baru	IKM di semua subsektor ekonomi kreatif
		Pendampingan terhadap 10 IKM makanan ringan	Kuliner	
Kabupaten Karo				
1.	Dinas Ketenagakerjaan dan Koperasi Usaha Kecil Menengah	Program Penciptaan Iklim Usaha Kecil Menengah Yang Kondusif	Fasilitasi pengembangan Usaha Mikro, Menengah	UMKM di semua subsektor
		Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah	– Penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan – Sosialisasi hak atas kekayaan intelektual kepada usaha mikro – Peningkatan kerjasama di bidang hak atas kekayaan intelektual – Fasilitasi pengembangan sarana promosi hasil produksi – Memfasilitasi peningkatan kemitraan usaha bagi usaha mikro kecil menengah	
		Program Pengembangan	– Sosialisasi dukungan informasi penyediaan permodalan	

No.	OPD Berdasarkan Kab/Kota	Program	Kegiatan	Subsektor
		Sistem Pendukung Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah	<ul style="list-style-type: none"> – Pengembangan klaster bisnis – Pemantauan pengelolaan penggunaan dana pemerintah bagi koperasi dan usaha mikro – Pengembangan sarana pemasaran produk usaha mikro – Penyelenggaraan promosi produk usaha mikro – E-commerce produk usaha mikro – Koordinasi penggunaan dana pemerintah bagi koperasi dan usaha mikro 	
2.	Dinas Perindustrian dan Perdagangan	Program Peningkatan dan Pengembangan Ekspor	<ul style="list-style-type: none"> – Pengembangan informasi peluang pasar perdagangan luar negeri – Membangun jejaring dengan eksportir 	
		Program Peningkatan Kapasitas Iptek Sistem Produksi	Penguatan kemampuan industri berbasis teknologi	
		Program Pengembangan Industri Kecil Dan Menengah	<ul style="list-style-type: none"> – Pelatihan Pembuatan Kerajinan Budaya – Pelatihan keterampilan kerajinan rumah tangga – Pelatihan Pembuatan Produk Kerajinan 	Kerajinan
			<ul style="list-style-type: none"> – Pelatihan industri rumah tangga pada desa binaan PKK – Pembinaan industri rumah tangga – Mengikuti pameran/promosi IKM pada pesta bunga dan buah, gebyar kerajinan daerah sumatera utara, tingkat nasional – Pelatihan dan bantuan mesin/peralatan kemasan produk IKM – Fasilitasi kerjasama kemitraan industri mikro, kecil dan menengah dengan swasta – Pemberian kemudahan izin usaha industri kecil dan menengah – Fasilitasi bagi industri kecil dan menengah dalam pengurusan standardisasi dan sertifikasi 	UMKM di semua subsektor

Sumber: Renstra masing-masing OPD di Provinsi dan masing-masing Kabupaten/Kota

Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara juga telah banyak melakukan upaya dan kebijakan untuk pembangunan dan pengembangan industri, termasuk industri di sektor ekonomi kreatif. Pemerintah Provinsi Sumatera Utara telah memiliki Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara Nomor 4 tahun 2018 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sumatera Utara Tahun 2018-2038, dengan

menetapkan industri unggulan provinsi, termasuk industri unggulan provinsi di sektor ekonomi kreatif, disajikan pada Tabel 37.

Tabel 37. Industri Unggulan Provinsi di Sektor Ekonomi Kreatif

No.	Industri Unggulan	Jenis Industri	Subsektor Ekonomi Kreatif
1.	Industri Pangan	<p>Industri olahan ikan dan hasil laut:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ikan Asin - Ikan Beku - Ikan Fillet - Tepung dan Minyak Ikan - Ikan Kaleng - Surimi - Tepung ikan - Kerupuk ikan - Gelatin <p>Industri olahan coklat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bubuk coklat - Makanan dan minuman dari coklat - Suplemen dan pangan fungsional berbasis kakao - Lemak coklat <p>Industri olahan kelapa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tepung kelapa kering - Santan dalam kemasan - Kopra - Parutan Kelapa - Nata Decoco - Tepung Santan - Minyak goreng kelapa - VCO - Desiccated Coconut <p>Industri olahan kopi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kopi dekafinasi - Kopi herbal - Aneka pangan olahan berbasis kopi organik <p>Industri pengolahan buah-buahan dan sayuran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sari buah - Sirup buah - Keripik - Manisan buah - Selai - Tepung buah - Buah kalengan 	Kuliner
2.	Industri Tekstil	<ul style="list-style-type: none"> - Serat tekstil mikro - Rajut - Garment fashion - Functional and smart apparel - Tekstil khusus 	Fashion
3.	Industri Furnitur	<ul style="list-style-type: none"> - Ukir-ukiran dari kayu - Furnitur kayu dan Rotan - High tech furnitur kayu dan rotan bersertifikat industri hijau - Kerajinan - Kerajinan dengan bahan baku limbah industri pengolahan kayu - High value kerajinan dan furniture 	Kerajinan

Sumber: Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara Nomor 4 tahun 2018 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sumatera Utara Tahun 2018-2038

Pada Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sumatera Utara tahun 2018-2028, Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara telah memiliki rencana aksi pembangunan dan pengembangan industri yang dituangkan pada program dan kegiatan.

Tabel 38. Program Pembangunan dan Pengembangan Industri & Rencana Aksi

No.	Program	Rencana Aksi tahun 2018-2028	Subsektor Ekonomi Kreatif
1.	Pembangunan Industri Unggulan Provinsi	<ul style="list-style-type: none"> – Menjamin ketersediaan bahan baku (kualitas, kuantitas dan kontinuitas) melalui pemetaan pengadaan bahan baku, koordinasi dengan instansi terkait dan kemitraan serta integrasi antara sisi hulu dan sisi hilir didukung oleh infrastruktur yang memadai – Meningkatkan efisiensi proses pengolahan dan penjaminan mutu produk melalui penerapan Good Hygiene Practices (GHP), Good Manufacturing Practices (GMP) dan Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), sertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan halal, serta peningkatan kapasitas laboratorium uji mutu – Melakukan diversifikasi produk pangan dan mengembangkan pengolahan pangan terintegrasi – Memperkuat pemodal dan promosi investasi serta memfasilitasi akses terhadap pembiayaan yang kompetitif bagi industri pangan skala kecil dan menengah – Mengadakan pembangunan workshop kluster pengolahan industri pangan yang dilaksanakan bersama pemangku kepentingan terkait dalam rangka sosialisasi kluster industri pangan – Melengkapi sarana dan prasarana pengolahan melalui industri ikan antara lain bantuan mesin/peralatan pengolahan hasil laut ke daerah-daerah yang potensial dengan berkoordinasi dengan instansi terkait – Meningkatkan pemahaman tentang Keamanan Pangan dan Bahan Tambahan Pangan – Meningkatkan kompetensi SDM tentang teknologi proses produksi bagi aparat pembina dan pengusaha melalui diklat industri – Bersama instansi terkait menciptakan iklim usaha yang kondusif untuk mendorong 	Kuliner

No.	Program	Rencana Aksi tahun 2018-2028	Subsektor Ekonomi Kreatif
		<p>pertumbuhan industri pangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kemampuan penguasaan dan pengembangan inovasi teknologi industri pangan melalui penelitian dan pengembangan yang terintegrasi - Mengkoordinasikan pengembangan sistem logistik untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi produk pangan - Melakukan diversifikasi produk pangan dan mengembangkan pengolahan pangan terintegrasi - Melakukan kajian kawasan industri pangan dan kajian pendukung lainnya - Menyediakan investasi lahan industri sebagai penyediaan Land Banking untuk kawasan industri pangan dan penyediaan fasilitas sarana dan prasarana sentra industri pangan 	
		<ul style="list-style-type: none"> - Membentuk forum-forum pertemuan antar anggota klaster - Melanjutkan implementasi program peningkatan teknologi industri - Menetapkan kebijakan pengamanan suplai dan diversifikasi energi - Meningkatkan ketersediaan bahan baku - Mendorong pelaku usaha untuk mewujudkan industri ramah lingkungan - Meningkatkan kualitas SDM ahli Mencegah dan menanggulangi praktik perdagangan illegal - Memperluas wilayah pasar ke pasar non tradisional melalui misi dagang - Meningkatkan kesadaran pelaku industri atas Hak Kekayaan Intelektual - Menyiapkan penerapan SNI - Menyiapkan revitalisasi unit pelaksana teknis industri kecil dan menengah 	Fashion & Kerajinan
2.	Pengembangan Sentra Industri Kecil dan Industri Menengah (Sentra IKM)	<ul style="list-style-type: none"> - Survey dan pemetaan potensi pembangunan sentra IKM - Perencanaan pembangunan sentra IKM - Pembentukan lembaga sentra IKM - Pembangunan infrastruktur sentra IKM 	<ul style="list-style-type: none"> - Fashion - Kerajinan - Kuliner
3.	Pengembangan dan Peningkatan Kompetensi SDM Bidang Industri sesuai	<ul style="list-style-type: none"> - Pendidikan melalui training/diklat intensifikasi industri - Pendidikan melalui workshop standar industri berbasis kompetensi 	

No.	Program	Rencana Aksi tahun 2018-2028	Subsektor Ekonomi Kreatif
	Industri Prioritas Daerah		
4.	Fasilitasi peningkatan kemampuan SDM industri	<ul style="list-style-type: none"> - Workshop quality control, pembinaan produksi dan pengawasan untuk pelaku industri - Pendidikan industri sesuai lokasi pengembangan industri prioritas daerah bagi aparat daerah/ training of trainers (TOT) aparat Pemerintah Daerah terkait dalam teknis dan manajemen industri 	
5.	Pembangunan SDM Industri Melalui Jalur Pendidikan, Pelatihan, dan/atau Pengembangan Balai/Sentral Pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> - Membangun/mendirikan sekolah kejuruan/Diploma sesuai kebutuhan industri - Pemagangan industri - Pengembangan balai/sentral pelatihan industri/ lembaga pendidikan komoditas dan industri 	
6.	Pengembangan Teknologi Industri	<ul style="list-style-type: none"> - Penerapan standar mutu (SNI/ISO/HACCP dengan GMP dan SOP atau standar lainnya yang relevant) - Fasilitasi alat industri maju (untuk IKM potensial) dan alat industri sederhana (untuk home industri) - Kerjasama Riset dan Pengembangan (R&D) industri dan teknologi pengolahan (seperti dengan Balitri Puslitbun, Batan, BPPT, Balai Besar Penelitian Karet, Kulit dan Plastik IBBPKKP, d11) 	
7.	Penyediaan Pusat Inovasi di Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri	<ul style="list-style-type: none"> - Pembangunan technopark - Pembangunan pusat animasi - Pembangunan pusat inovasi 	Semua subsektor ekonomi kreatif
8.	Pengembangan Sentra Industri Kreatif	<ul style="list-style-type: none"> - Bantuan mesin peralatan dan bahan baku/penolong - Pembangunan UPT Bantuan desain dan tenaga ahli - Fasilitasi pembiayaan 	
9.	Peningkatan Kompetensi Teknologi dan Desain	<ul style="list-style-type: none"> - Pelatihan desain dan teknologi - Bantuan tenaga ahli - Pemanfaatan media informatika dan e-market secara professional 	
10.	Fasilitasi	<ul style="list-style-type: none"> - Konsultasi, bimbingan, advokasi HKI 	

No.	Program	Rencana Aksi tahun 2018-2028	Subsektor Ekonomi Kreatif
	Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitasi pendaftaran merk, paten, hak cipta, dan desain industri - Pengembangan produk "branded" Sumatera Utara 	
11.	Fasilitasi promosi dan pemasaran produk Industri kreatif di dalam dan luar negeri	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi dan pameran di dalam negeri - Promosi dan pameran di luar negeri - Penyediaan fasilitas trading house di luar negeri - Kerjasama pengembangan produk dan pasar dengan asosiasi, dll 	
12.	Hubungan kerjasama dengan bank	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitasi kerjasama pembiayaan (khususnya untuk IKM) dengan lembaga finansial/bank 	
13.	Pendidikan Manajemen Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> - Bimbingan/pelatihan manajemen finansial 	
14.	Kerjasama Penelitian dengan Perguruan Tinggi	<ul style="list-style-type: none"> - Riset laboratorium dan publikasi ilmiah 	
15.	Kerjasama dengan OPD terkait dalam Pengembangan Komoditi Industri Unggulan	<ul style="list-style-type: none"> - Kajian bersama pengembangan komoditi industri unggulan 	
16.	Kerjasama Pemasaran dengan Provinsi lain dan negara lain	<ul style="list-style-type: none"> - Pengadaan pameran dan pusat promosi 	

Sumber: Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara Nomor 4 tahun 2018 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sumatera Utara Tahun 2018-2038

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bahwa untuk menumbuhkembangkan ekonomi kreatif di Indonesia, maka terdapat beberapa strategi dan rencana aksi, disajikan pada Tabel 39.

Tabel 39. Sasaran, Strategi & Rencana Aksi untuk Menumbuhkembangkan Ekonomi Kreatif

No.	Sasaran	Strategi	Rencana Aksi
1.	Meningkatnya kuantitas dan	Memfasilitasi dan mendorong pihak	- Mengembangkan lembaga pendidikan (formal dan nonformal) kreatif. Kelompok industri seni

No.	Sasaran	Strategi	Rencana Aksi
	kualitas pendidikan kreatif di dalam negeri	<p>swasta untuk mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan kreatif</p> <p>Meningkatkan keterhubungan antar tingkatan pendidikan yang terkait dengan ekonomi kreatif</p> <p>Meningkatkan partisipasi wirausaha dan orang kreatif dalam pembelajaran</p>	<p>rupa, seni pertunjukan, permainan interaktif, animasi, musik, dan perfilman merupakan kelompok industri yang masih kekurangan lembaga pendidikan khususnya di daerah</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan insentif bagi pengembangan lembaga pendidikan kreatif baru. Insentif yang dapat diberikan kepada lembaga pendidikan kreatif baru antara lain adalah insentif bea masuk 0% dan fasilitasi kerja sama dengan penyedia teknologi. Lembaga pendidikan kreatif umumnya membutuhkan studio atau laboratorium yang dilengkapi dengan teknologi yang harganya relatif mahal. Fasilitasi ini tentunya akan memperingan investor di bidang pendidikan kreatif <p>Memetakan dan melakukan penilaian keterhubungan antar tingkatan pendidikan kreatif. Pemerintah mulai mendorong pendidikan kreatif di tingkat sekolah menengah kejuruan, diploma 1 hingga diploma 3, misalnya SMK animasi, SMK batik, SMK tata boga, SMK penyiaran. Namun setelah itu, seringkali lulusan pendidikan ini mengalami kesulitan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, karena tidak ada jalur pendidikan kreatif yang jelas.</p> <p>Mengidentifikasi kebutuhan dan ketersediaan wirausaha dan orang kreatif yang dapat dilibatkan di dalam pembelajaran</p>
2.	Meningkatnya kuantitas dan kualitas orang kreatif	<p>Mengembangkan standar kompetensi dan sistem sertifikasi tenaga kerja kreatif yang diakui secara global</p> <p>Memfasilitasi peningkatan profesionalisme (skill-knowledge-attitude) tenaga kerja kreatif</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Memetakan profesi dan mengembangkan standar kompetensi di industri kreatif - Mengembangkan sistem sertifikasi profesi kreatif yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha dan memenuhi standar internasional - Memfasilitasi tenaga kerja kreatif untuk mendapatkan sertifikasi di tingkat nasional dan global. Fasilitasi yang diberikan tidak terbatas untuk melakukan sertifikasi tetapi juga meliputi fasilitasi diklat bagi tenaga kerja untuk dapat mendapatkan sertifikasi dan mengembangkan sistem informasi fasilitasi sertifikasi yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia - Memfasilitasi dan memberikan insentif bagi orang kreatif yang berpengalaman di industri kreatif tingkat global untuk bekerja dan atau bekerja sama dengan pelaku industri kreatif lokal - Memfasilitasi penyelenggaraan kompetisi bagi orang kreatif yang berstandar internasional. Dengan adanya kompetisi, dapat menggerakkan orang kreatif untuk menciptakan karya-karya kreatif baru yang berkualitas dan beragam

No.	Sasaran	Strategi	Rencana Aksi
3.	Tersedianya bahan baku dari SDA yang berciri khas lokal, berkelanjutan dan ramah lingkungan	<p>Melakukan dan memfasilitasi penelitian dan pengembangan bahan baku alternatif yang menggunakan sumber daya alam lokal</p> <p>Mengembangkan dan meningkatkan skalabilitas produksi dan daya saing bahan baku lokal di dalam dan luar negeri</p>	<p>Memfasilitasi dan melakukan penelitian dan pengembangan bahan baku lokal alternatif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memfasilitasi pengembangan sistem produksi bahan baku lokal alternatif yang ramah lingkungan. Fasilitasi yang diberikan berupa revitalisasi sarana dan prasarana sehingga dapat meningkatkan volume produksi bahan baku lokal - Memberikan insentif bagi industri yang memproduksi dan mendistribusikan bahan baku lokal. Insentif yang diberikan dapat berupa insentif fiskal berupa potongan pajak - Mengembangkan standar mutu bahan baku lokal agar mampu bersaing secara global. Standar ini harus mengacu pada standar sertifikasi bahan baku lokal global. Kemudian, program implementasi dan sosialisasi yang baik dari standar mutu yang dihasilkan akan meningkatkan jumlah peredaran bahan baku lokal dengan kualitas terbaik di pasar dalam maupun luar negeri - Memfasilitasi industri lokal untuk dapat meningkatkan standar mutu bahan baku yang dihasilkannya. Peningkatan standar mutu bahan baku dapat dibantu dengan mendampingi perbaikan proses produksi, tatakelola produksi, ataupun peningkatan kemampuan tenaga kerja dalam mengolah bahan mentah menjadi bahan baku - Memfasilitasi kerja sama pemerintah, intelektual, dan bisnis dalam memanfaatkan bahan baku lokal. Agar produksi bahan baku dapat dilakukan secara berkelanjutan, maka pada tahap awal perlu didukung agar bahan baku tersebut dapat terserap pasar hingga akhirnya produksi terus meningkat dan pasar semakin berkembang
4.	Meningkatnya daya saing wirausaha kreatif di tingkat nasional dan global	<p>Memfasilitasi peningkatan kemampuan kewirausahaan</p> <p>Memfasilitasi penciptaan jejaring dan kolaborasi antar wirausaha kreatif</p>	<p>Memfasilitasi peningkatan kemampuan wirausaha kreatif dalam manajemen bisnis. Manajemen bisnis yang dimaksud meliputi kemampuan pemasaran, pengelolaan SDM, produksi, keuangan, maupun hukum terkait pengelolaan Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan dan memfasilitasi aktivasi forum komunikasi wirausaha kreatif. Forum komunikasi wirausaha kreatif tidak terbatas pada forum komunikasi pada kelompok industri kreatif tertentu, tetapi juga forum komunikasi

No.	Sasaran	Strategi	Rencana Aksi
			<p>lintas kelompok industri kreatif.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mengembangkan sistem insentif yang dapat mendorong kerja sama/kemitraan dan kolaborasi antar wirausaha kreatif. Sistem insentif dapat diberikan untuk mendorong kerja sama antara wirausaha kreatif kecil dan menengah dengan wirausaha kreatif yang besar dan berpengalaman, ataupun wirausaha kreatif asing dengan wirausaha kreatif lokal melalui mekanisme kemitraan investasi (melalui DNI/Daftar Negatif Investasi) dan/atau keringanan pajak
		Mengembangkan dan memfasilitasi aktivasi hub bagi wirausaha kreatif	Memfasilitasi pengembangan dan aktivasi tempat untuk berbagi pengetahuan dan ide, serta tempat untuk memulai usaha bagi wirausaha kreatif. Dengan diciptakannya hub dan co-working space dapat mendorong terjadinya co-production dan kerja sama antar wirausaha kreatif. Dalam mengembangkan tempat bagi wirausaha kreatif tidak terbatas pada menyediakan tempat tetapi juga termasuk pengelolaan dan aktivasi dari hub yang dikembangkan
5.	Meningkatnya daya saing usaha kreatif lokal di tingkat nasional dan global	Memfasilitasi kemudahan memulai usaha di industri kreatif	<ul style="list-style-type: none"> – Mengembangkan sistem perizinan untuk memulai usaha kreatif yang transparan dan akuntabel. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam mengembangkan sistem perizinan adalah <i>pertama</i>, mengharmonisasikan kebijakan perizinan memulai usaha kreatif sehingga prosedur menjadi lebih sederhana dan dapat memberikan kepastian penyelesaian perizinan dengan cepat dan tepat waktu. Pelayanan perizinan haruslah transparan dan memiliki Service Level Agreement (SLA) yang dapat memberikan kepastian penyelesaian perizinan yang dibutuhkan untuk memulai usaha kreatif. <i>Kedua</i>, meminimasi biaya perizinan. <i>Ketiga</i>, mengembangkan sistem informasi layanan perizinan. Dengan adanya layanan perizinan secara elektronik, maka berkas perizinan dapat ditelusuri dengan baik, menghindari biaya-biaya yang dikeluarkan di luar peraturan yang telah ditetapkan, serta dapat memudahkan akses pemohon perizinan – Mengembangkan program pendampingan bagi wirausaha kreatif lokal untuk menyelesaikan perizinan untuk memulai usaha. Dengan adanya program ini, maka tercipta insentif bagi wirausaha kreatif lokal untuk mendaftarkan usahanya secara formal
		Memfasilitasi pendampingan pengembangan usaha kreatif pemula dan usaha kreatif yang	– Memfasilitasi pengembangan dan aktivasi inkubator usaha kreatif. Berdasarkan karakter bisnisnya, maka inkubator yang dikembangkan dibedakan menjadi: tech-incubator (misal: teknologi informasi); inkubator bisnis kreatif

No.	Sasaran	Strategi	Rencana Aksi
		berorientasi ekspor	<p>berbasis konten (misal: penerbitan, penyiaran, sinema, musik, surat kabar, permainan interaktif, animasi, kartun, hingga karakter); dan inkubator bisnis kreatif berbasis budaya (misal: kuliner, kerajinan, seni pertunjukan, seni rupa).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memfasilitasi pendampingan bisnis kreatif berorientasi ekspor <p>Keberhasilan rencana aksi ini diindikasikan oleh meningkatnya usaha kreatif lokal yang berkembang dan berhasil menembus pasar global serta meningkatnya kuantitas dan kualitas hak paten, hak cipta, desain industri, dan bentuk HKI lainnya</p>
		Memfasilitasi kolaborasi dan sinergi antar usaha dan orang kreatif di tingkat lokal, nasional, dan global	<ul style="list-style-type: none"> - Memfasilitasi co-creation dan co-production di tingkat lokal, nasional, dan global. Dalam industri kreatif, co-creation dan co-production merupakan metode yang efektif untuk melakukan transfer pengetahuan dan juga berbagi ide kreatif. Dengan adanya co-creation dan co-production, daya saing serta keragaman produk atau karya kreatif yang dihasilkan dapat ditingkatkan - Memberikan pengakuan dan advokasi Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) dari hasil kreasi bersama (co-creation) dan kerja sama produksi (co-production)
		Mengembangkan industri penunjang industri kreatif inti di dalam negeri.	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan insentif untuk mengembangkan industri penunjang industri kreatif yang sudah berkembang. Untuk meningkatkan daya saing produk atau karya kreatif lokal, maka perlu dikembangkan backward linkage industry dari industri kreatif inti di dalam negeri. Mengingat industri kreatif ini masih dalam tahap infant, maka perlu adanya insentif bagi industri penunjangnya untuk dikembangkan di dalam negeri, misal: terkait dengan industri musik, maka industri penyedia jasa studio musik perlu didorong untuk dikembangkan - Memfasilitasi pembentukan wadah dan forum komunikasi antara pelaku usaha di industri kreatif inti dengan industri kreatif penunjang
		Memfasilitasi akses dunia usaha terhadap bahan baku, budaya, dan tenaga kerja kreatif lokal	<ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan sistem informasi tenaga kerja di industri kreatif, usaha kreatif, dan penyedia bahan baku lokal untuk industri kreatif. Dengan adanya sistem informasi ini, maka akan lebih mudah untuk memfasilitasi kolaborasi dan sinergi antar tenaga kerja kreatif (orang kreatif), antar usaha kreatif inti, maupun antara usaha kreatif inti dengan backward linkage industry-nya - Memberikan insentif bagi pelaku usaha yang mengembangkan produk atau karya kreatif dengan memanfaatkan budaya atau bahan baku

No.	Sasaran	Strategi	Rencana Aksi
			<p>lokal. Insentif yang diberikan dapat berupa hibah (grant) ataupun insentif fiskal</p> <ul style="list-style-type: none"> – Memfasilitasi kerja sama pemanfaatan bahan baku, budaya, dan orang kreatif lokal dengan pelaku industri kreatif bertaraf internasional. Dengan mendorong pemanfaatan atau penggunaan bahan baku, budaya, dan orang kreatif lokal dalam penciptaan produk atau karya kreatif secara tidak langsung dapat mempromosikan industri kreatif Indonesia, dan bahkan Indonesia sebagai sebuah bangsa
6.	Terciptanya pembiayaan yang sesuai dan mudah diakses	Memfasilitasi matchmaking pembiayaan bagi orang dan usaha kreatif berpotensi	<ul style="list-style-type: none"> – Mengembangkan sistem matchmaking antara pelaku usaha dengan pemilik modal secara sistematis dan berkelanjutan. Kegiatan matchmaking perlu dilakukan secara rutin dan terjadwal secara konsisten. Sistem matchmaking yang perlu dikembangkan meliputi kegiatan: pemetaan dan kurasi para investor orang dan usaha kreatif potensial; fasilitasi penyelenggaraan matchmaking; dan monitoring evaluasi kegiatan matchmaking yang telah dilakukan – Memfasilitasi pengembangan jejaring antara inkubator bisnis kreatif dengan lembaga pembiayaan dan investor – Memfasilitasi pengembangan sistem informasi pembiayaan bagi industri kreatif
7.	Meningkatnya ketersediaan infrastruktur yang mendorong kelancaran produksi, distribusi dan promosi produk kreatif	Meningkatkan akses infrastruktur jaringan internet	Mengembangkan jaringan internet berkecepatan tinggi dengan harga yang terjangkau melalui Rencana Pitalebar Indonesia (RPI) sebagai pijakan untuk pembangunan infrastruktur teknologi informasi Indonesia
		Mengembangkan platform integrasi pembayaran nontunai untuk meningkatkan e-commerce	Memfasilitasi pengembangan National Payment Gateway (NPG). NPG adalah sebuah inisiatif pemerintah untuk mengintegrasikan pelayanan ATM, mobile banking, dan internet banking untuk nasabah-nasabah dari semua bank nasional
8.	Terciptanya regulasi yang mendukung penciptaan iklim yang kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif	Harmonisasi-regulasi tata niaga sumber daya alam lokal sebagai bahan baku industri kreatif	Memastikan pasokan SDA lokal untuk industri kreatif yang berkelanjutan. Keberhasilan rencana aksi diindikasikan oleh meningkatnya pemanfaatan SDA lokal menjadi produk bernilai tambah tinggi
		Harmonisasi-regulasi pelestarian (perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan) sumber daya alam (bahan baku lokal) dan sumber daya budaya lokal	<ul style="list-style-type: none"> – Mengembangkan kebijakan pemanfaatan sumber daya lokal sebagai bahan baku produk dengan melakukan identifikasi, dokumentasi, dan promosi di daerah masing-masing

No.	Sasaran	Strategi	Rencana Aksi
		Harmonisasi-regulasi pembiayaan (funding) kepada industri kreatif	<ul style="list-style-type: none"> - Harmonisasi kebijakan model pembiayaan pada lembaga pembiayaan konvensional dan nonkonvensional di dalam negeri - Mengembangkan regulasi tentang pengembangan lembaga pembiayaan nonkonvensional asing yang berpengalaman di bidang industri kreatif
		Harmonisasi-regulasi Hak Kekayaan Intelektual untuk dapat menjamin perlindungan (pendaftaran yang mudah, penegakan hukum atas pembajakan dan tindakan melanggar HKI) bagi kekayaan intelektual	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi dan menjamin penegakan hukum pelaksanaan UU Hak Cipta (2014) - Mengembangkan regulasi turunan UU Hak Cipta sebagai dasar hukum implementasi regulasi di masyarakat - Harmonisasi regulasi HKI tentang kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang industri kreatif. Komersialisasi penelitian dalam instansi pemerintahan tidak memungkinkan penemu mendapatkan apresiasi finansial. Namun, perlu dikembangkan bentuk apresiasi bagi penemu agar mendorong gairah dan produktivitas dalam melakukan penelitian yang berkontribusi secara optimal untuk masyarakat. Dalam hal ini, perlu dilakukan evaluasi kebijakan, harmonisasi, koordinasi antar pemegang kepentingan, kemudian implementasi, pemantauan, dan evaluasi dari regulasi atau kebijakan yang dikeluarkan.

Sumber: Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

NB: Tim peneliti hanya memaparkan beberapa sasaran, strategi dan rencana aksi dari sasaran, strategi & rencana aksi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (sesuai kebutuhan & penyelesaian masalah pada penelitian ini)

Berdasarkan Tabel 39 di atas dapat dijelaskan bahwa rencana aksi-rencana aksi tersebut dapat dijadikan sebagai upaya dan kebijakan Pemerintah Daerah Provinsi Sumatera Utara untuk solusi penyelesaian permasalahan-permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara. Misalnya: 1) rencana aksi pada Sasaran 1 dan Sasaran 2 untuk solusi penyelesaian permasalahan SDM; 2) rencana aksi pada Sasaran 3 solusi penyelesaian permasalahan kelangkaan bahan baku dan SDA; 3) rencana aksi pada Sasaran 4 dan Sasaran 5 solusi penyelesaian permasalahan rendahnya daya saing; 4) rencana aksi pada Sasaran 6 solusi penyelesaian permasalahan pembiayaan dan kemudahan akses; 5) rencana aksi pada Sasaran 7 untuk solusi penyelesaian permasalahan infrastruktur; 7) rencana aksi pada Sasaran 8 untuk solusi penyelesaian permasalahan minimnya regulasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

1. Usaha/industri ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara tidak tumbuh dan berkembang secara merata, dan masih didominasi 4 subsektor ekonomi kreatif yaitu: Kuliner, Fashion, Kerajinan, dan Penerbitan.
2. Permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara adalah sangat beragam, mulai dari SDM, bahan baku, permodalan/pembiayaan, kelembagaan, produk/hasil/karya, sarana prasarana, dan pemasaran.
3. Upaya dan kebijakan Pemerintah Daerah untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara sangat beragam, mulai dari pelatihan, bimbingan, pendampingan, promosi dan pemasaran, publikasi, pengembangan sistem informasi, pengkajian dan penyusunan kebijakan, apresiasi kepada masyarakat kreatif, sosialisasi HKI/PATEN, pembangunan/revitalisasi/fasilitasi sarana prasarana, konseling, temu usaha, pembentukan sentra IKM

B. Rekomendasi

Aspek Regulasi

1. Kepala Daerah perlu mengeluarkan regulasi tentang tata niaga, pelestarian (perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan) sumber daya alam lokal sebagai bahan baku industri kreatif untuk mendukung iklim yang kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif.
2. Kepala Daerah perlu mengeluarkan regulasi tentang kebijakan model pembiayaan pada lembaga pembiayaan konvensional dan nonkonvensional untuk pengembangan ekonomi kreatif.
3. Kepala Daerah perlu mengeluarkan regulasi Hak Kekayaan Intelektual untuk dapat menjamin perlindungan (pendaftaran yang mudah, penegakan hukum atas pembajakan dan tindakan melanggar HKI) bagi kekayaan intelektual.

Aspek Bisnis

1. Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara perlu membangun UPT Bantuan Desain dan Tenaga Ahli dalam rangka pengembangan sentra industri kreatif sebagai tindaklanjut dari Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara Nomor 4 tahun 2018 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sumatera Utara tahun 2018-2038.
2. Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara perlu membangun pusat animasi & pusat inovasi dalam rangka penyediaan pusat inovasi di wilayah pusat pertumbuhan industri sebagai tindaklanjut dari Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara Nomor 4 tahun 2018 tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Sumatera Utara tahun 2018-2038.
3. Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Utara perlu mengembangkan lembaga pendidikan (formal (SMK) dan nonformal) kreatif untuk kelompok industri seni rupa, seni pertunjukan, permainan interaktif, animasi, musik, dan perfilman dengan memberikan insentif serta sarana prasarana berupa studio atau laboratorium yang dilengkapi dengan teknologi tinggi dalam rangka meningkatkan kuantitas dan kualitas pendidikan kreatif di Sumatera Utara.
4. Dinas Perindustrian dan Perdagangan atau sebutan lain, Dinas Koperasi dan UKM atau sebutan lain, dan/atau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata atau sebutan lain di Sumatera Utara memfasilitasi *hub and co-working space* sebagai tempat berbagi pengetahuan dan ide, serta memulai usaha bagi wirausaha kreatif dalam rangka peningkatan daya saing wirausaha kreatif di tingkat nasional dan global.
5. Dinas Perindustrian dan Perdagangan atau sebutan lain, Dinas Koperasi dan UKM atau sebutan lain, dan/atau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata atau sebutan lain di Sumatera Utara perlu mengembangkan sistem matchmaking pembiayaan bagi orang dan usaha kreatif berpotensi antara pelaku usaha dengan pemilik modal secara sistematis dan berkelanjutan melalui: pemetaan

dan kurasi para investor orang dan usaha kreatif potensial, fasilitasi pengembangan jejaring antara inkubator bisnis kreatif dengan lembaga pembiayaan dan investor, dan fasilitasi pengembangan sistem informasi pembiayaan bagi industri kreatif.

6. Dinas Perindustrian dan Perdagangan atau sebutan lain, Dinas Koperasi dan UKM atau sebutan lain, dan/atau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata atau sebutan lain di Sumatera Utara perlu mengembangkan platform integrasi pembayaran nontunai melalui ATM, mobile banking, dan internet banking untuk nasabah-nasabah dari semua bank nasional.

Aspek SDM

1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan atau sebutan lain, Dinas Koperasi dan UKM atau sebutan lain, dan/atau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata atau sebutan lain di Sumatera Utara perlu melakukan pendidikan melalui: training/diklat intensifikasi industri, workshop standar industri berbasis kompetensi, workshop quality control; pemagangan industri; pengembangan balai/sentral pelatihan industri/lembaga pendidikan komoditas dan industri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Badan Ekonomi Kreatif. 2019. *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*.
- Departemen Perdagangan. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*.
- Firdausy, C. M. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Florida, R. 2002. *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Book.
- Jogiyanto, H.M. 2005. *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lincoln. 2000. *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep, Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abab 21, Cetakan Kesebelas*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Statistik Ekonomi Kreatif: BPS. 2019. *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan. Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal

- Agustina, R., Soeaidy, M.S., & Ribawanto, H. (tanpa tahun). Peran *Stakeholder* Dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal Melalui Industri Kecil Menengah (IKM): Studi pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi Kota Kediri). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.2, No.5, Hal. 844-850.
- Basri, Mutia Y., Surya R. A. S., Fitriyani R., Novriyan R., Tania, T. S. 2012. Studi Ketidapatuhan Pajak: Faktor Yang Mempengaruhinya (Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di KPP Pratama Tampan Pekanbaru). *Simposium Nasional Akuntansi XV*.
- Nenny, A. 2008. Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi*, Desember 2008 Volume XIII No. 3.
- Saedah, E. 2013. Industri Kecil dan Menengah Komponen sebagai Rantai Nilai Industri Manufaktur. <https://slideplayer.info/slide/2030621/>, diakses April 2021.

Soares, A., Nurpratiwi, R., & Makmur M. 2015. Peranan Pemerintah Daerah Dalam Perencanaan Pembangunan Daerah. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, ISSN. 2442-6962, Vol. 4, No. 2 (2015).

Subandi. 2007. Teknologi Produksi dan Strategi Pengembangan Kedelai pada Lahan Kering Masam. *Iptek Tanaman Pangan*. Vol 2, No.1.

Tian, Y., & Gao, C. 2011. Management Strategiew of Creative Industries Uncertainty. *IEEE Journal*, 978-0-7695-4464-9/11.

Peraturan dan Perundang-undangan

Kementerian Perdagangan. 2010. *Rencana Strategis Pembangunan Perdagangan Tahun 2010-2014*.

Peraturan Preside Nomor 97 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Peraturan Presiden Nomor 142 tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025.

Peraturan Presiden Nomor 92 tahun 2011 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2010 tentang Kedudukan, Tugas, Dan Fungsi Kementerian Negara serta Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara.

Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

Link

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/12991/5/BAB%20II.pdf>

<http://www.okefood.com/read/2014/05/22/299/988814/keren-kuliner-indonesia-hadir-di-universitas-amerika>

<http://www.cemetiarhouse.com/index.php?page=about&lang=id>

www.britannica.com/EBchecked/topic/473934/Pramoedya-Ananta-Toer

<http://nadyahutagalung.com/>

www.nytimes.com/2006/05/01/books/01prem.html?_r=2&

<https://www.tribunnews.com/bisnis/2012/10/31/18-produk-kerajinan-indonesia-raih-unesco-award>

LAMPIRAN

**DATA ISIAN
DAFTAR DAN JUMLAH JENIS USAHA BERDASARKAN SUBSEKTOR
EKONOMI KREATIF DI DAERAH**

Kabupaten/Kota : _____

Nama OPD : _____

Data Informan yang Mengisi

Nama : _____

Jabatan : _____

Jenis Kelamin : _____

Instruksi :

- ✓ Mohon Bapak/Ibu memilih jawaban/respon “YA” atau “TIDAK”.
- ✓ Bila jawaban “YA”, Bapak/Ibu dimohon untuk menuliskan/mengisi jumlah jenis usaha berdasarkan kondisi eksisting di daerah Bapak/Ibu.
- ✓ Bila jawaban “TIDAK ADA”, mohon diceklis jawaban pada kolom dimaksud.
- ✓ Mohon Bapak/Ibu menyebutkan berapa persen (%) usaha di bawah yang **TIDAK AKTIF BEROPERASI** lagi pada kolom “keterangan”. Angka % nya di kira-kira saja bila tidak ada data secara tertulis. Bila ada keterangan pendukung lainnya dimohon untuk menuliskan pada kolom dimaksud.
- ✓ Mohon diisi dengan **JUJUR!** Jawaban Bapak/Ibu sama sekali **TIDAK** mempengaruhi nilai kinerja Bapak/Ibu. Ini hanya kebutuhan penelitian untuk perbaikan penumbuhan ekonomi kreatif ke depannya.

No.	Jenis Usaha/Industri Berdasarkan Subsektor Ekonomi Kreatif	Ada	Tidak Ada	Keterangan
		Tuliskan jumlahnya		
1.	Aplikasi & Game Developer			
2.	Arsitektur			
3.	Desain Interior			
4.	Desain Produk			
5.	Fashion			
6.	Film, Animasi, dan Video			
7.	Fotografi			
8.	Kerajinan Kayu (kriya)			
9.	Kuliner			
10.	Musik			
11.	Penerbitan			
12.	Periklanan			
13.	Seni Pertunjukan			

*Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara
Upaya Pemerintah untuk Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Sumatera Utara*

14.	Seni Rupa			
15.	Televisi dan radio			
16.	Lainnya (bila ada, tuliskan)			

LAMPIRAN

LEMBAR WAWANCARA

Nama OPD/Lembaga : Dinas Koperasi dan UMKM; Dinas Perindag; Dinas Pariwisata; Dinas Kominfo, atau Pelaku Usaha (coret yang tidak perlu)

Informan : Kepala Dinas/Kabid/Sekretaris/Kasi; Pelaku Usaha (coret yang tidak perlu)

Kabupaten/Kota : _____

Data Informan

Nama : _____

Jabatan : _____

Jenis Kelamin : _____

Aspek yang Ditanya : Kondisi Eksisting Ekonomi Kreatif, Usaha & Kebijakan Pemda untuk Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

Instruksi kepada Tim Peneliti:

- ✓ Pertanyaan-pertanyaan di bawah ini **HANYA** panduan Tim Peneliti di lapangan untuk memperoleh data dan informasi, sehingga sangat dimungkinkan diimprovisasi sesuai kebutuhan dan kondisi di lapangan.
- ✓ Bapak/Ibu Tim peneliti dimohon untuk menanyakan semua pertanyaan di bawah ini
- ✓ Pertanyaan yang ditanyakan tidak harus berurut dan juga tidak harus sistematis sebagaimana pada daftar pertanyaan di bawah dan dapat disesuaikan dengan kondisi eksisting di lapangan, akan tetapi harus dipastikan bahwa semua informasi yang dibutuhkan pada daftar pertanyaan di bawah **HARUS** diperoleh
- ✓ Bapak/Ibu mohon merekam semua kegiatan wawancara, dan hasilnya dimohon untuk membuat transkripnya untuk diserahkan ke Ketua Tim

Pertanyaan
1. Berapa subsektor ekonomi kreatif yang ada di daerah Bapak/Ibu?
2. Bagaimana kondisi masing-masing subsektor ekonomi kreatif itu?
3. Adakah usaha dari subsektor tersebut tidak dapat/tidak aktif beroperasi? Bila “iya” alasannya apa?
4. Apa yang dilakukan Pemda untuk menambah usaha-usaha/industri kreatif?
5. Apa yang menjadi permasalahan dalam menumbuhkan usaha-usaha di sektor

Pertanyaan
ekonomi kreatif?
6. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk mempermudah akses bahan baku?
7. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk pemanfaatan teknologi dan infrastruktur logistik yang kurang memadai dan biaya logistik yang tinggi?
8. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah permodalan/pembiayaan?
9. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk perlindungan hak cipta?
10. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk akses dan distribusi terhadap informasi dan pengetahuan sumber daya alam dan sumber daya budaya lokal serta intensitas komunikasi penggunaan bahan baku lokal ramah lingkungan dan budaya lokal dalam penciptaan karya?
11. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk apresiasi dan literasi terhadap orang, karya, wirausaha, usaha kreatif, produk, dan jasa kreatif lokal?
12. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk ketersediaan ruang publik?
13. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk peningkatan SDM?
14. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk kelembagaan?
15. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk kualitas produk/karya yang dihasilkan?
16. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk pangsa pasar produk/karya?
17. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk kelompok industri kreatif dengan <i>output</i> produk <i>intangibile</i> hingga saat ini belum masuk dalam daftar jenis kredit dalam perbankan?
18. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk ketersediaan dan keandalan infrastruktur komunikasi, termasuk akses piranti lunak dan piranti keras tepat guna, infrastruktur fisik, serta infrastruktur pembiayaan nontunai?

Pertanyaan

19. Kebijakan apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah untuk sinergi, koordinasi dan kolaborasi antaraktor (intelektual, bisnis, komunitas, dan pemerintah) dalam pengembangan ekonomi kreatif?

LAMPIRAN

**DATA ISIAN
IDENTIFIKASI PERMASALAHAN DALAM MENUMBUHKAN USAHA-
USAHA DI SEKTOR EKONOMI KREATIF**

Kabupaten/Kota : _____

Nama OPD/Lembaga : Dinas Koperasi dan UMKM; Dinas Perindag; Dinas Pariwisata; Dinas Kominfo; atau Pelaku Usaha (coret yang tidak perlu)

Data Informan yang Mengisi

Nama : _____

Jabatan : _____

Jenis Kelamin : _____

Instruksi :

- ✓ Mohon Bapak/Ibu memilih jawaban/respon “Ya” “Tidak” atau “Tidak Paham”
- ✓ Bila Bapak/Ibu merasa bahwa permasalahan di bawah ini **TERJADI** dalam menumbuhkan usaha-usaha di sektor ekonomi kreatif, maka ceklis kolom “Ya”
- ✓ Bila Bapak/Ibu merasa bahwa permasalahan di bawah ini **TIDAK TERJADI** dalam menumbuhkan usaha-usaha di sektor ekonomi kreatif, maka ceklis kolom “Tidak”
- ✓ Bapak/Ibu dimohon untuk menyebutkan/mengisi beberapa pernyataan yang jawabannya “Ya”
- ✓ Mohon diisi dengan **JUJUR!** Jawaban Bapak/Ibu sama sekali **TIDAK** mempengaruhi nilai kinerja Bapak/Ibu. Ini hanya kebutuhan penelitian untuk perbaikan penumbuhan ekonomi kreatif ke depannya.

No.	Permasalahan & Pertanyaan	Jawaban/ Respon		
		Ya	Tidak	Tidak Paham
1.	Bahan Baku			
	✓ Kesulitan mendapatkan bahan baku untuk jenis subsektor yang butuh bahan baku, misalnya: kerajinan kayu, fashion, dll			
	✓ Kurangnya riset bahan baku			
	✓ Standardisasi dan sertifikasi bahan baku yang belum baik			
	Bila jawaban “Ya”, jawab pertanyaan berikut: Tuliskan nama usaha tersebut: Biasanya bahan baku diambil dari daerah mana? Apa dampak yang terjadi bila mengalami permasalahan terhadap bahan baku?			

No.	Permasalahan & Pertanyaan	Jawaban/ Respon		
		Ya	Tidak	Tidak Paham
	<p>Apa kebijakan yang telah dilakukan Pemda?</p> <p>Saran/masukan:</p>			
2.	Permodalan/Pembiayaan			
	✓ Kurangnya permodalan			
	✓ Perbankan kurang menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi wirausaha di sektor ekonomi kreatif			
	✓ Pemberian kredit kepada pelaku wirausaha di sektor ekonomi kreatif dianggap beresiko tinggi			
	✓ Biaya transaksi kredit relatif tinggi			
	✓ Terbatasnya akses wirausaha di sektor ekonomi kreatif terhadap pembiayaan equality			
	✓ Monitoring dan penagihan kredit tidak efisien			
	✓ Biaya pelayanan relatif mahal karena bantuan teknis belum efektif dan masih harus disediakan oleh pihak perbankan			
	<p>Bila ada jawaban “Ya” di salah satu/lebih permasalahan di atas, maka jawab pertanyaan berikut:</p> <p>Apa dampak yang terjadi bila permodalan/pembiayaan mengalami masalah?</p> <p>Apa kebijakan yang telah dilakukan Pemda?</p> <p>Saran/masukan:</p>			
3.	Kelembagaan			
	✓ Belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor ekonomi kreatif			
	✓ Iklim usaha belum cukup kondusif			
	✓ Apresiasi yang rendah			
	✓ Pembajakan tinggi			
	✓ Transaksi elektronik belum diregulasi dengan baik			
	✓ Lebih dari 50% usaha di sektor ekonomi kreatif			

No.	Permasalahan & Pertanyaan	Jawaban/ Respon		
		Ya	Tidak	Tidak Paham
	tidak dapat bertahan hidup			
	✓ Kurang luasnya jejaring usaha di sektor ekonomi kreatif membuat pelaku menjadi kurang berdaya dalam meningkatkan usahanya			
	✓ Masih banyak usaha di sektor ekonomi kreatif bersifat informal			
	✓ Industri pendukung yang lemah			
	✓ Usaha di sektor ekonomi kreatif yang memanfaatkan/menggunakan sistem duster dalam bisnis belum banyak			
	Bila ada jawaban “Ya” di salah satu/lebih permasalahan di atas, maka jawab pertanyaan berikut: Apa dampak yang terjadi bila kelembagaan mengalami masalah? Apa kebijakan yang telah dilakukan Pemda? Saran/masukan:			
4.	SDM ✓ Lemahnya kemampuan pelaku usaha dalam hal manajemen			
	✓ Sebagian besar pelaku usaha di sektor ekonomi kreatif memiliki tingkat pendidikan ≤ SMA atau sederajat			
	✓ Lemahnya penguasaan terhadap networking atau jaringan kerja dan akses pasar			
	✓ Lemahnya kemampuan untuk mengorganisir diri			
	✓ Lemahnya kemampuan pemasaran/promosi			
	✓ Lemahnya penguasaan jaringan pasar			
	✓ Lemahnya penguasaan fasilitas teknologi dan informasi			
	Bila ada jawaban “Ya” di salah satu/lebih permasalahan di atas, maka jawab pertanyaan berikut: Apa dampak yang terjadi bila kemampuan SDM tidak sesuai? Apa kebijakan yang telah dilakukan Pemda?			

No.	Permasalahan & Pertanyaan	Jawaban/ Respon		
		Ya	Tidak	Tidak Paham
	Saran/masukan:			
5.	Produk/Hasil/Jasa			
	✓ Kurangnya inovasi			
	✓ Rendahnya daya saing			
	✓ Jumlah produk/hasil/jasa yang dapat mencapai pasar internasional sangat sedikit sekali			
	✓ Tidak banyak pelaku usaha menyadari pentingnya merek			
	✓ Kurang diminati masyarakat konsumen			
	✓ Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal			
	✓ kurangnya riset konten			
	✓ Kurangnya aktivitas pengarsipan konten			
Bila ada jawaban “Ya” di salah satu/lebih permasalahan di atas, maka jawab pertanyaan berikut: Apa dampak yang terjadi bila mengalami permasalahan di atas? Apa kebijakan yang telah dilakukan Pemda? Saran/masukan:				
6.	Sarana Prasarana			
	✓ Infrastruktur internet belum memadai			
	✓ Infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar			
	✓ Mahalnya mesin produksi			
	✓ Mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif			
Bila ada jawaban “Ya” di salah satu/lebih permasalahan di atas, maka jawab pertanyaan berikut: Apa dampak yang terjadi bila mengalami permasalahan di atas? Apa kebijakan yang telah dilakukan Pemda? Saran/masukan:				

No.	Permasalahan & Pertanyaan	Jawaban/ Respon		
		Ya	Tidak	Tidak Paham
7.	<p>Pemasaran</p> <p>✓ Terbatasnya ruang publik untuk memamerkan, memperjualbelikan, dan menjelaskan karya-karya kreatif</p> <p>✓ Kesulitan mendistribusikan barang</p> <p>✓ Belum memaksimalkan pemasaran online</p> <p>✓ Kurangnya channel untuk pendistribusian barang</p> <p>✓ Pelaku usaha hanya menasar pelanggan-pelanggan lama dan cakupan wilayah pemasaran masih sangat terbatas di wilayah setempat</p> <p>Bila ada jawaban “Ya” di salah satu/lebih permasalahan di atas, maka jawab pertanyaan berikut:</p> <p>Apa dampak yang terjadi bila mengalami permasalahan di atas?</p> <p>Apa kebijakan yang telah dilakukan Pemda?</p> <p>Saran/masukan:</p>			
8.	Permasalahan lainnya (Tuliskan bila ada.....)			

LAMPIRAN

**DATA ISIAN
IDENTIFIKASI KEBIJAKAN PEMDA DALAM MENUMBUHKAN
USAHA/INDUSTRI DI SEKTOR EKONOMI KREATIF**

Kabupaten/Kota : _____

Nama OPD/Lembaga : Dinas Koperasi dan UMKM; Dinas Perindag; Dinas Pariwisata; Dinas Kominfo (coret yang tidak perlu)

Data Informan yang Mengisi

Nama : _____

Jabatan : _____

Jenis Kelamin : _____

Instruksi :

- ✓ Mohon Bapak/Ibu memilih jawaban/respon “Ya” “Tidak” atau “Tidak Paham”
- ✓ Bila Bapak/Ibu merasa bahwa kebijakan di bawah ini **TELAH DITERAPKAN** dalam menumbuhkan usaha-usaha di sektor ekonomi kreatif, maka ceklis kolom “Ya”
- ✓ Bila Bapak/Ibu merasa bahwa kebijakan di bawah ini **BELUM DITERAPKAN** dalam menumbuhkan usaha-usaha di sektor ekonomi kreatif, maka ceklis kolom “Tidak”
- ✓ Mohon diisi dengan **JUJUR!** Jawaban Bapak/Ibu sama sekali **TIDAK** mempengaruhi nilai kinerja Bapak/Ibu. Ini hanya kebutuhan penelitian untuk perbaikan penumbuhan ekonomi kreatif ke depannya.

No.	Kebijakan-Kebijakan	Ya	Tidak	Tidak Paham
1.	Membentuk Komisi Sumatera Utara Kreatif			
2.	Membentuk pusat informasi industri kreatif untuk mendukung riset dan pengembangan industri kreatif			
3.	Pengakuan kepeloporan dan prestasi dalam industri kreatif			
4.	Perlindungan hasil karya kreatif (hak cipta)			
5.	Kemudahan perijinan usaha industri kreatif			
6.	Integrasi kegiatan kreatif, bisnis, dan teknologi			
7.	Relevansi lembaga pendidikan dengan bisnis kreatif			
8.	Layanan investasi yang berkualitas internasional			
9.	Akses modal kerja atau pembiayaan bisnis kreatif			
10.	Perlindungan terhadap pekerja kreatif dan penyetaraan gender			
11.	Pengembangan infrastruktur			
12.	Inisiasi pembentukan skema dan lembaga pembiayaan yang sesuai			
13.	Pengembangan pola relasi yang saling mendukung			
14.	Fasilitasi creative talent untuk berkreasi bagi masyarakat			
15.	Creative mindset programme kepada masyarakat			

16.	Pelatihan dan pendampingan entrepreneurship			
17.	Market attractiveness programme untuk keunggulan kompetitif			
18.	Fasilitasi dan apresiasi terhadap nilai karya dan budaya			
19.	Inventarisasi dan fasilitasi karya kreatif			
20.	Sosialisasi HKI dan etika penciptaan kepada masyarakat			
21.	Program inovasi bermuatan lokal yang unggul			
22.	Revitalisasi basis teknologi pendukung Community Development			
23.	Program peningkatan jumlah dan kualitas creative worker			
24.	Fasilitasi networking dan manajemen komunitas			
25.	Membentuk kawasan atau pasar kreatif			
26.	Membentuk Duta Sumut Kreatif			
27.	Mengembangkan ekosistem bisnis yang terpadu			
28.	Memberikan pinjaman dengan bunga rendah			
29.	Menghubungkan para pelaku usaha dengan toko-toko teknologi Daring untuk membantu pemasaran dan penjualan produk-produk seperti Tokopedia, Shopee, dan Blibli			
30.	Melakukan kerjasama dengan industri lokal penyedia bahan baku mentah untuk keperluan produksi			
31.	Kebijakan lain (Tuliskan bila ada.....)			
32.				
33.				
34.				
35.				

LAMPIRAN

KEBUTUHAN DATA DOKUMEN

No.	Kebutuhan Data Dokumen	Keterangan	
		Ada	tidak ada
1.	Daftar UMKM		
2.	Daftar Industri		
3.	Renstra OPD		
4.	RPJMD		
5.	Peraturan & Perundang-Undangan tentang Ekonomi Kreatif		
	Dokumen lain yang terkait (sebutkan).....		
6.			
7.			
8.			
9.			

Catatan: Bila data dokumen “ADA”, mohon Bapak/Ibu memberikan hardcopy/softcopy kepada tim peneliti saat peneliti berkunjung ke kantor OPD Bapak/Ibu

LAMPIRAN

LEMBAR OBSERVASI

Kabupaten/Kota : _____

Jenis Subsektor Ekonomi Kreatif : _____

Nama Usaha/Industri Kreatif : _____

Instruksi:

Isilah kolom “keterangan” berdasarkan kondisi eksisting usaha/industri kreatif di lapangan.

Cara mengisi kolom “keterangan”:

1. Memiliki nilai orisinil produk/karya
Tuliskan apa yang unik pada produk/karya yang sedang diobservasi bila dibandingkan dengan produk/karya pada umumnya
2. Teknologi yang digunakan
Tuliskan teknologi apa yang digunakan. Bisa dilakukan wawancara singkat dengan pelaku/pemilik usaha untuk mendapat data yang lebih akurat
3. Nilai budaya/kearifan lokal yang dimanfaatkan
Tuliskan nilai budaya lokal yang dimanfaatkan. Misal: Budaya Batak untuk Batik Ulos; film documenter yang berisi nuansa Adat Melayu; kuliner fizza hut rasa Andaliman di Balige, dll
4. Bahan baku yang digunakan
Tuliskan bahan baku yang digunakan. Bahan baku harus ramah lingkungan dan merupakan sumberdaya lokal setempat
5. Fasilitas
Tuliskan fasilitas yang ada, misal: fasilitas studio, fotografi, perpustakaan, studio percetakan, fasilitas ekhhibisi/pameran, dll

No.	Aspek yang diobservasi	Keterangan
1.	Memiliki nilai orisinil produk/karya	
2.	Teknologi yang digunakan	
3.	Nilai budaya/kearifan lokal yang dimanfaatkan	
4.	Bahan baku yang digunakan	
5.	Fasilitas	
6.	Mengandung pembaharuan seluruh atau sebagian unsur produk/karya	
7.	Memberi manfaat bagi Daerah dan/atau masyarakat	
8.	Dapat direplikasi	

