

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS

A. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Secara umum, pengertian **ekonomi kreatif** adalah suatu konsep perekonomian di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengedepankan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang paling utama.

Menurut *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan pada aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Dengan kata lain, konsep *creative economy* lebih mengedepankan kreativitas, ide, dan pengetahuan manusia sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi.

Sejalan dengan itu, Kementerian Perdagangan Indonesia menyebutkan bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Ekonomi Kreatif Menurut Departemen Perdagangan RI (2009:5) “Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”

Ekonomi Kreatif Menurut Simatupang (2010:22) “Industri kreatif yang mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.”

2. Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif

Mengacu pada definisi yang telah disebutkan di atas, ada beberapa karakteristik yang terdapat pada *creative economy*. Adapun ciri-ciri ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

- a. terdapat beberapa unsur utama seperti kreativitas, keahlian, dan talenta yang memiliki nilai jual melalui penawaran kreasi intelektual.
- b. Produk yang dihasilkan (barang dan jasa) memiliki siklus hidup singkat, margin tinggi, beranekaragam, persaingan tinggi, dan dapat ditiru.
- c. Terdiri atas penyediaan produk kreatif langsung pada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan.
- d. Dibutuhkan kerjasama yang baik antara berbagai pihak yang berperan dalam industri kreatif, seperti kaum intelektual, dunia usaha, dan pemerintah.
- e. *Creative economy* berbasis pada ide atau gagasan.
- f. Pengembangan industri kreatif tidak terbatas dan dapat diterapkan pada berbagai bidang usaha.
- g. Konsep *creative economy* yang dibangun bersifat relatif.

3. Jenis-Jenis Ekonomi Kreatif

Mengacu pada isi buku digital berjudul “Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2025” yang dipublish oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia, saat ini setidaknya ada 14 sektor industri kreatif. Adapun

beberapa jenis ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

- a. Periklanan
- b. Arsitektur
- c. Pasar barang seni

- d. Kerajinan (*handicraft*)
- e. Kuliner
- f. Desain
- g. Fashion
- h. Film, video, dan fotografi
- i. Musik
- j. Seni pertunjukan
- k. Penerbitan dan percetakan
- l. Layanan komputer dan piranti lunak
- m. Radio dan televisi
- n. Riset dan pengembangan

Setiap penggiat ekonomi dapat menciptakan industri kreatif lebih dari satu sektor, sesuai dengan bidang dan keahliannya masing-masing. Misalnya, seseorang atau organisasi yang bergerak dibidang jasa desain bisa juga melakukan bidang jasa periklanan online bila memang memiliki kemampuan di bidang tersebut.

4. Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif

Indikator keberlangsungan ekonomi kreatif pada industri kreatif menurut Deni dwi hartomo dan Malik Cahyadin (2011:33) adalah sebagai berikut:

- a. Produksi
Dalam teori konvensional, menurut Adiwarmanto disebutkan bahwa

teori produksi ditujukan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan (*input*) untuk produksi dan menjual keluaran atau produk. Lebih lanjut ia menyebutkan teori produksi juga memberikan penjelasan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Tri Pracoyo dan Antyo Pracoyo mendefinisikan bahwa produksi sebagai suatu proses mengubah kombinasi berbagai input menjadi output. Pengertian produksi tidak hanya terbatas sebagai proses pembuatan saja tetapi hingga pemasarannya.

b. Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para ekonom mendeskripsikan pasar sebagai sekumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu. Menurut Djaslim S. bahwa pasar adalah pelanggan potensial dengan kebutuhan dan keinginan tertentu yang bersedia dan mampu mengambil bagian dalam jual beli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Selanjutnya dalam pengertian pemasaran Djaslim S. mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Selain itu menurut Kotler dan Armstrong memberikan definisi pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses yang menciptakan

komunikasikan menyampaikan pada pelanggan dan untuk mengelola kereliasan pelanggan untuk mencapai benefit bagi organisasi (*Stakeholder*).

c. Manajemen dan Keuangan

Mary parker follet mendefinisikan dari manajemen adalah sebagai suatu seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Stoner mengemukakan bahwa manajemen merupakan suatu definisi yang lebih kompleks dari suatu seni, bahwasanya manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan *profit* atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

d. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Sebagai sebuah kesatuan politik, atau aparat/alat Negara yang memiliki badan yang mampu memfungsikan dan menggunakan otoritas/kekuasaan. Dengan ini, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu.

Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Hal ini disebabkan karena pengembangan industri kreatif bukan hanya pembangunan industri, tetapi juga meliputi pembangunan ideologi, politik, sosial dan budaya.

e. Kondisi Ekonomi

Pembangunan ekonomi daerah pada masa yang akan datang harus berbeda dari wujud perekonomian daerah sebelum terjadinya krisis. Wujud perekonomian yang akan datang hendaknya dibangun lebih adil dan merata, mencerminkan peningkatan peran daerah dan pemberdayaan seluruh rakyat, berdaya saing dengan basis efisiensi, serta menjamin keberlanjutan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Jika demikian halnya menurut Syamsulbahri, diperlukan beberapa ketentuan sebagai dasar berpijak dan landasan bagi kerangka pembangunan ekonomi daerah, yaitu :

- 1) Dilaksanakan berdasarkan sistem ekonomi kerakyatan untuk mencapai kesejahteraan rakyat yang meningkat, merata dan berkeadilan.
- 2) Berlandaskan pengembangan otonomi daerah dan peran serta aktif masyarakat secara nyata dan konsisten.
- 3) Menerapkan prinsip efisiensi yang didukung oleh peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan teknologi untuk memperkuat landasan pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan daya saing.

- 4) Berorientasi pada perkembangan globalisasi ekonomi internasional dengan tetap mengutamakan kepentingan ekonomi daerah.
- 5) Dalam skala makro, perekonomian daerah dikelola secara hati-hati, disiplin dan bertanggung jawab dalam rangka menghadapi ketidakpastian yang meningkat akibat proses globalisasi.

Berlandaskan kebijakan yang disusun secara transparan dan bertanggung gugat baik dalam pengelolaan publik, pemerintahan maupun masyarakat. Dalam kaitan itu pemerintah daerah perlu bersikap tidak memihak serta menjaga jarak dengan perusahaan-perusahaan dan asosiasi-asosiasi.

f. Lingkungan

Perusahaan bukan hanya sebagai organisasi bisnis, melainkan juga berfungsi sebagai organisasi sosial. Perusahaan yang hanya berorientasi bisnis (mencari laba-profit) akan menghadapi tantangan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Perusahaan didirikan dengan harapan untuk dapat bertumbuh secara berkelanjutan (*Sustainable growth*). Agar terus bertumbuh, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk hidup. Kemampuan ini dapat dilihat dari kemampuan sosial perusahaan, seperti kemampuan perusahaan untuk mengendalikan dampak lingkungan menggunakan tenaga kerja dan lingkungan disekitar lokasi pabrik, aktif melakukan

kegiatan sosial, memberikan perhatian pada peningkatan kepuasan konsumen, dan memberikan pertumbuhan laba yang layak bagi investor (Potter).

Tanggung jawab perusahaan terhadap pelaku yang berkepentingan (*Stakeholders*) dalam lingkungan sekitar meliputi penanggulangan pencemaran limbah, penanggulangan polusi udara dan tana, serta penghijauan.

g. Kemitraan Usaha

Pengertian kemitraan menurut undang-undang nomor 9 tahun 1995 dikatakan sebagai kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan, ini merupakan suatu landasan pengembangan usaha. Kemitraan juga bisa didefinisikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.

B. Dukungan

1. Pengertian Dukungan

Definisi dukungan adalah pemberian dorongan, motivasi, atau semangat secara nasehat kepada orang lain yang sedang dalam situasi membuat keputusan (Charlin: 2011:33).

Menurut Kuntjoro (2010 : 108) dukungan adalah segala entuk informasi verbal ataupun non verbal yang bersifat saran, bantuan yang nyata maupun tingkah laku diberikan oleh seelompok orang dekat da akrab dengan subjek di dalam lingkungan sosialnya. Atau dalam bentuk lain juga bias berupa kehadiran ataupun segala sesuai hal yang dapat memberikan keuntungan emosional yang berpengaruh pada tingkah laku penerimanya, contoh bentuk dukungan adalah kepedulian, keberadaan, kesediaan, serta sikap menghargai dan menyayangi.

Dari pendapat diatas menerangkan bahwa pengertian dukungan adalah segala sesuatu yang diberikan kepada seseorang agar ia tetap bertahan pada apa yang dihadapi atau dijalaninya.

Dukungan dapat diberikan dalam dua bentuk yaitu materi dan immateri seperti harta, tenaga, penghiburan, perhatian dan lain sebagainya.

2. Sumber-Sumber Dukungan

Sumber-sumber dukungan banyak diperoleh individu dari lingkungan, dan dari pihak lain. Menurut sumber dukungan, dari beberapan sudut pandang, bentuk dukungan dari pihak lain yang berkaitan dengan organisasi pemerintahan berdasarkan tugas pokok dan fungsi adalah sebagi berikut :

a) Sebagai regulator perlindungan usaha

Dalam upaya menjaga eksistensi dan keberadaan industri kerajin, pemerintah juga dalam mengelola segala aspek yang bertujuan untuk menjaga dan memajukan usaha industri. Hal ini dapat berupa modal dan bantuan lainnya yang berkaitan dengan perlindungan usaha.

b) Sebagai fasilitator penunjang kualitas Sumber Daya Manusia

Bentuk dukungan dalam upaya peningkatan sumberdaya manusia ini

berupa pelatihan, bantuan peralatan, magang atau pun study banding.

c) Sebagai motivator lembaga industri

Bentuk ini berupa pembentukan badan atau organisasi yang dapat menaungi para pelaku usaha.

3. Dukungan Sosial

Dukungan Sosial adalah informasi atau umpan balik dari orang lain yang menunjukkan bahwa seseorang dicintai dan diperhatikan, dihargai, dan dihormati, dan dilibatkan dalam jaringan komunikasi dan kewajiban yang timbal balik (King, 2012: 226). Sedangkan menurut Ganster, dkk., (dalam Apollo & Cahyadi, 2012: 261) dukungan sosial adalah tersedianya hubungan yang bersifat menolong dan mempunyai nilai khusus bagi individu yang menerimanya.

a. Bentuk Dukungan Sosial

Dukungan sosial memiliki tiga jenis manfaat, yaitu bantuan yang nyata, informasi, dan dukungan emosional menurut Taylor (dalam King, 2012: 226-227) :

1) Bantuan yang nyata

Keluarga dan teman dapat memberikan berbagai barang dan jasa dalam situasi yang penuh stres. Misalnya, hadiah makanan seringkali diberikan setelah kematian keluarga muncul, sehingga anggota keluarga yang berduka tidak akan memasak saat itu ketika energi dan motivasi mereka sedang rendah. Bantuan instrumental itu bisa berupa penyediaan jasa atau barang selama masa stres.

Sedangkan menurut Apollo & Cahyadi (2012: 261) bantuan yang nyata disebut dengan bentuk bantuan instrumental, yaitu berupa bantuan uang dan kesempatan.

2) Informasi

Individu yang memberikan dukungan juga dapat merekomendasikan tindakan dan rencana spesifik untuk membantu seseorang dalam copingnya dengan berhasil. Teman-teman dapat memerhatikan bahwa rekan kerja mereka kelebihan beban kerja dan menganjurkan cara-cara beginya untuk mengelola waktu lebih efisien atau mendelegasikan tugas lebih efektif. Bantuan informasi ini bisa berupa memberikan informasi tentang situasi yang menekan, seperti pemberitahuan tentang informasi mengenai pelaksanaan tes, dan hal tersebut akan sangat membantu. Informasi mungkin sportif jika ia relevan dengan penilaian diri, seperti pemberian nasehat tentang apa yang harus dilakukan. (Taylor, dkk., 2012: 277). Sedangkan menurut Apollo & Cahyadi (2012: 261) dukungan informatif yang dimaksudkan adalah berupa nasehat, sugesti, arahan langsung, dan informasi.

3) Dukungan emosional

Dalam situasi penuh stres, individu seringkali menderita secara emosional dan dapat mengembangkan depresi, kecemasan, dan hilang harga diri. Teman-teman dan keluarga dapat menenangkan seseorang yang berada dibawah stres bahwa ia adalah orang yang

berharga yang dicintai oleh orang lain. Mengetahui orang lain peduli memungkinkan seseorang untuk mendekati stres dan mengatasinya dengan keyakinan yang lebih besar.

Dukungan emosional berupa penghargaan, cinta, kepercayaan, perhatian, dan kesediaan untuk mendengarkan. (Apollo & Cahyadi, 2012: 261). Perhatian emosional yang diekspresikan melalui rasa suka, cinta atau empati, misalnya ketika dalam pertengkaran dengan seorang yang dicintai, maka ekspresi perhatian dari kawan sangatlah membantu. (Taylor, dkk., 2012: 277).

4. Indikator Dukungan

Menurut Kuntjoro (2010 : 108) mengemukakan bahwa sumber dukungan sebagai indikator dukungan diantaranya sebagai berikut :

- a. Sebagai regulator perlindungan usaha
Dalam upaya menjaga eksistensi dan keberadaan industri kerajinan, pemerintah juga dalam mengelola segala aspek yang bertujuan untuk menjaga dan memajukan usaha industri. Hal ini dapat berupa modal dan bantuan lainnya yang berkaitan dengan perlindungan usaha.
- b. Sebagai fasilitator penunjang kualitas Sumber Daya Manusia
Bentuk dukungan dalam upaya peningkatan sumberdaya manusia ini berupa pelatihan, bantuan peralatan, magang atau pun study banding.
- c. Sebagai motivator lembaga industri
Bentuk ini berupa pembentukan badan atau organisasi yang dapat menaungi para pelaku usaha.

C. Kerangka Pikir

Ekonomi kreatif saat ini mulai tumbuh dan berkembang menjadi sektor ekonomi yang memiliki peranan penting bagi perekonomian di Indonesia. Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia secara kolektif perlu diintegrasikan kedalam sistem perekonomian Indonesia secara utuh,

sehingga Indonesia memiliki ketahanan ekonomi sekaligus ketahanan budaya.

Inti atau jantungnya ekonomi kreatif adalah industri kreatif.

Kerajinan sulam tapis merupakan industri kreatif yang bermodalkan

kemampuan dan kreatifitas dalam merajut benang menjadi sebuah kain yang

bernilai seni dan bernilai jual tinggi. Pada industri sulam tapis khususnya

Desa Negeri Katon, Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran yang

memiliki industri pengrajin kain sulam tapis untuk menjadikan sentra

pengrajin kain tapis yang besar dan mampu bersaing di pasar lokal maupun

nasional perlu banyak perkembangan mengikuti era ekonomi saat ini.

Menjadikan industri kreatif sulam tapis yang mampu bersaing di pasar lokal

maupun nasional sangatlah perlu banyak yang di perhatikan, mulai dari

sumber daya manusia, sumber daya alam, serta dukungan baik dari individu,

kelompok maupun dari pemerintah. Dukungan dari pemerintah salah satunya

dari Dinas Pariwisata sangatlah penting guna menjadikan industri kain tapis

menjadi maju dan berkembang. Bentuk dukungan sangat membantu

perkembangan para pelaku industri sulam tapis di Desa Negeri Katon,

Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran. Sebaliknya apabila

dukungan yang diberikan pemerintah sangat r

terhadap menurunnya para pelaku industri sulam tapis

Gambar 1. Ragan Kerajinan

Indikator Dukungan berdasarkan sudut pandang dari pemerintah daerah

- a. Sebagai regulator perlindungan usaha
- b. Sebagai fasilitator penunjang kualitas Sumber Daya Manusia
- c. Sebagai motivator lembaga industri

Menurut Kuntjoro (2010 : 108)



Indikator Ekonomi Kreatif^s

- a. Produksi
- b. Pasar dan Pemasaran
- c. Manajemen dan Keuangan
- d. Kebijakan Pemerintah
- e. Kondisi Ekonomi
- f. Lingkungan
- g. Kemitraan Usaha

Menurut Deni Dwi Hartomo dan Malik Cahyadin (2011:33)

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Ada pengaruh Dukungan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran Terhadap Peningkatan Keterampilan Ekonomi Kreatif Sulam Tapis Di Desa Negeri Katon Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran Tahun 2019”