

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI
(M)**



**'STRATEGI TATA KELOLA SEKTOR EKONOMI KREATIF UNTUK
MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DAN BISNIS LOKAL'
(Kajian Atas Pengembangan Ekonomi Kreatif di Jawa Timur)**

Tim Peneliti:

Prof.Dr.Sumartono, M.S (16095406)
Prof.Dr.Soesilo Zauhar, M.S (6035404)
Dr. Hermawan, SIP, M.Si (5047203)

DILAKSANAKAN ATAS BIAYA :

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, melalui
DIPA Universitas Brawijaya Nomor: DIPA-023.04-2.414989/2013 Tanggal 5 Desember
2012, dan berdasarkan SK Rektor Universitas Brawijaya Nomor: 295/SK/2013
Tanggal 12 Juni 2013

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG
Nopember 2013**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Strategi Tata Kelola Sektor Ekonomi Kreatif Untuk
Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Bisnis Lokal

Peneliti / Pelaksana
Nama Lengkap : Prof. Dr. Sumartono, M.S
NIDN : 16095406
Jabatan Fungsional : Guru Besar
Program Studi : Ilmu Administrasi Publik
Nomor HP : 085339554455
Alamat surel (e-mail) : hermawanfia@ub.ac.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : Prof. Dr. Soesilo Zauhar, M.S
NIDN : 6035404
Perguruan Tinggi : Universitas Brawijaya

Anggota (2)
Nama Lengkap : Dr. Hermawan, SIP, M.Si
NIDN : 5047203
Perguruan Tinggi : Universitas Brawijaya
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 90.000.000
Biaya Keseluruhan :

Malang, 20 Nopember 2013

Mengetahui
Dekan



Prof. Dr. Bambang Supriyanto, M.S
NIP.19610905 198601 1 692

Ketua Peneliti

Prof. Dr. Sumartono, M.S
NIP 195409161982121006

Menyetujui
Pjs. Ketua LPPM UB



Prof. Dr. Ir. Siti Chuzaemi, M.S
NIP. 19530514 198002 2 001

RINGKASAN

Tujuan jangka panjang penelitian ekonomi kreatif ini adalah terbangunnya pusat-pusat industri kreatif di Indonesia khususnya Jawa Timur yang memiliki fundamental yang kokoh dan didukung oleh kebijakan yang tepat. Hal ini sangat penting karena industri-industri kreatif telah terbukti memberi kontribusi yang besar pada pertumbuhan ekonomi di negara-negara maju dan juga dapat memberikan dampak sosial yang positif serta identitas dan ikon atau citra bangsa.

Target khusus yang ingin dicapai penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis kelebihan, tantangan, kelemahan, dan peluang ekonomi kreatif Jawa Timur, selanjutnya akan dikembangkan kerangka kebijakan daerah yang memuat program-program aplikatif yang dapat diterapkan dan diadopsi oleh masyarakat Jawa Timur.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey, deep interview, observasi yang dibarengi dengan penyebaran angket penelitian di lokasi penelitian Kabupaten/Kota Jawa Timur yakni kabupaten/kota yang dianggap paling relevan. Dari jumlah, jenis dan persebaran industri kreatif di Jawa Timur, maka ditetapkan lokasi penelitiannya adalah kabupaten / kota yang dapat mewakili kabupaten / kota di wilayah pembantu gubernur Madura, Surabaya, Bojonegoro, Madiun, Kediri, Malang dan Situbondo.

Hasil penelitian akhir menunjukkan adanya hambatan-hambatan yang dihadapi para pelaku usaha industri kreatif di Jawa Timur adalah faktor pemasaran, ketersediaan modal, harga bahan baku, kualitas SDM, kebijakan Pemerintah yang kurang berpihak, selain itu juga belum banyak upaya melindungi produk kreatif atas hak cipta, sulitnya mencari atau menemukan SDM kreatif termasuk persaingan yang tidak sehat antar pelaku ekonomi kecil lain. Disamping itu keterbatasan modal akan mempengaruhi jumlah dan kreatifitas produk, mahalanya bahan baku disaat-saat tertentu mengharuskan pelaku kreatif mengurangi jumlah produksinya. Adapun tantangan pelaku ekonomi kreatif antara lain bagaimana menjadi organisasi bisnis dan manajemen yang rapi. Industri kecil seberapapun ukurannya agar memiliki organisasi bisnis yang rapi dan manajemen yang tertata rapi. Selain itu perlu memelihara hubungan berkesinambungan dengan stakeholder bagi kelestarian setiap usaha dalam jangka panjang. Tantangan lain adalah risiko Penjiplakan atas produk yang terbatas dan tergantung daya cipta.

Sedangkan peluang industri kreatif antara lain, terbukanya pasar produk baru, produk yang dihasilkan pelaku ekonomi kreatif memiliki ciri yang berbeda dibandingkan produk UKM pada umumnya. Ekonomi kreatif juga memberi peluang usaha bagi siapapun dengan latar belakang latar pendidikan apapun, seperti ibu rumah tangga, penyandang cacat, masyarakat pedesaan atau di perkotaan dsb.

Keyword: *creative economy, public policy, local business*

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, Paul S. And Seok Woo Kwon.2002. Social Capital: Prospects for a New Concept, *Academy of Management Review*, Vol.27. No.1, 17-40.
- Andriessen, D.G and C.D. Stam. 2004. *The Intellectual Capital of the European Union*, Centre for Research in Intellectual Capital, INHOLLAND University, AG Diemen. The Netherlands (online) (<http://www.babson.co.U.K>)
- Crean, Simon (2008) *Creative Industries, a Strategy for 21st Century Australia*, Science Research, Australia
- Creswell, John W (2009) *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approach*. Los Angeles: Sage
- Dunn, William N., (2004) *Public Policy Analysis: an Introduction*, Pearson Education, New Jersey,
- Dye,Thomas R (2005) *Understanding Public Policy*, Elevent Edition, New Jersey:Pearson
- Fontaine, Charles, Antoine Haarman, S. Schmid (2006) *The Stakeholder Theory of the MNC*, NY
- Fredrickson, G.H (2003) *The Public Administration Theory Primer*, Westview Press, NY
- Howkins, John (2007) *The Creative Economy*, Amazon com.
- Lawang, Robert M.Z (2003) "Kemandirian Desa", Jurnal Forum Inovasi, Vol.6: Maret-Mei, PPs, Jakarta: PSIA-FISIP UI
- Lawton, A Rose, AG (1994) *Organization and Management in The Public Sector*, 2nd Edition, London: Pitman Pub.
- Moelyono, Mauied (2010) *Menggerakkan Ekonomi Kreatif, antara tuntutan dan kebutuhan*, Jakarta: Radjagrafindo
- Potts, Jason (2011) *Creative Industries and Economic volution*, Australia: RMIT University
- Schuster, G. 2007. The Creative Industries An Engine for Economic Development, *Art Times Journals*, October 2007.
- World Intellectual Property Organization (2000), " Looking Goods; An Introduction to Industrial Designs for Small and Medium-sized Interprises", *Intellectual Property for Business Series*, Number 2