BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bandung adalah salah satu kota yang memiliki potensi sebagai kota kreatif yang cukup besar. Sejak dulu, Kota Bandung sudah dikenal sebagai pusat tekstil, mode, seni dan budaya. Bandung juga dikenal sebagai kota pendidikan dan juga daerah tujuan wisata. Hal-hal ini mendukung misi Bandung sebagai kota kreatif. Kota Bandung dicanangkan sebagai *pilot project* kota kreatif se-Asia Timur di Yokohama pada tahun 2007. Dimana Kota Bandung akan menjadi titik sentral pada perkembangan ekonomi masa depan yang berbasis industri kreatif (Disperindag Kota Bandung). Setidaknya, tak hanya menjadi barometer bagi kawasan Indonesia, tetapi juga kawasan Asia Timur. Dalam hal ini maka slogan yang ingin diciptakan untuk kota bandung adalah Bandung Kota Kreatif.

Pemilihan Kota Bandung sebagai kota percontohan bukanlah tanpa alasan, mengingat dalam 10 tahun terakhir, industri kreatif di Bandung menunjukkan perkembangan signifikan dan mempengaruhi *trend* anak muda di berbagai kota. Perkembangan tersebut menjadi daya tarik bagi para pelaku ekonomi kreatif di dunia, sehingga melalui projek percontohan ini, Kota Bandung diharapkan mampu mempopulerkan semangat kota kreatif di dunia global.

Kota Bandung dikenal sebagai kota seni yang masyarakatnya memiliki kreativitas yang tinggi, baik dalam hal rancangan busana yang unik, hingga kreasi makanan yang selalu mengalami perkembangan terbaru. Hal ini menjadikan awal tumbuhnya industri kreatif yang ada di Kota Bandung.

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa) atau juga Ekonomi Kreatif. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Industri Kreatif *fashion* adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultansi lini produk *fashion*, serta distribusi produk *fashion*. Ada 10 sub industri kreatif fashion yang ada di Kota Bandung salah satunya adalah distro (*Distribution store)*. Dalam penelitian ini industri kreatif *fashion* yang akan diteliti adalah distro (*Distribution store)*. *Distribution store* murupakan kegiatan utama dalam dunia *fashion*. Menurut ,Muhamad Iqbal 2011, *Distribution store* sesuai dengan namanya memiliki peran dalam mendistribusikan produk-produk dari *clothing company*. *Distribution store* merupakan tempat penitipan produk-produk *clothing company* yang umumnya adalah pakaian anak muda. Untuk lokasi *Distribution Store* (Distro) ini, berada di kawasan Dago, Riau, dan Trunojoyo yang selalu dikunjungi dari wisatawan lokal hingga mancanegara. Perkembangan Kota Bandung tidak terlepas dari adanya peran industri kreatif *fashion* di dalamnya. Seiring berjalannya waktu, perkembangan industri kreatif *fashion* semakin berkembang.

Di satu sisi pemanfaatan ICT semakin berkembang, dalam hal ini termasuk pemanfaatan yang berkaitan dengan kegiatan industri kreatif *fashion*. Sehingga menjadi hal yang menarik untuk melihat bagaimanakah peran ICT (pemanfaatan komputer, *software* dan internet) terhadap perkembangan industri kreatif *fashion* di Kota Bandung. Untuk itu dilakukan penelitian yang berjudul indentifikasi hubungan pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif *fashion* sebagai salah satu komponen daya saing Kota Bandung.

1.2. Rumusan Masalah

Seiring dengan perkembangan kegiatan perdagangan di Kota Bandung, keberadaan *distro* turut berkembang pula. Salah satu cerminan berkembangnya industri kreatif *fashion* adalah munculnya *distro.* Di satu sisi lainnya pemanfaatan ICT semakin berkembang pula. Dengan adanya perkembangan tersebut apakah perkembangan industri kratif *fashion* di Kota Bandung berhubungan dengan pemanfaatan ICT? Berdasarkan hal tersebut pertanyaan yang hendak dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan industri kreatif *fashion* di Kota Bandung yang menjadi salah satu komponen daya saing Kota Bandung?
2. Bagaimana Pola pemanfaatan ICT pada industri kreatif *fashion* Kota Bandung?
3. Bagaimana Hubungan pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif *fashion* sebagai komponen daya saing Kota Bandung?

1.3. Tujuan, Sasaran dan Manfaat

1.3.1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi hubungan pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif *fashion* sebagai salah satu komponen daya saing Kota Bandung.

1.3.2. Sasaran

Adapun sasaran untuk mencapai tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teridentifikasinya perkembangan industri kreatif *fashion* di Kota Bandung yang menjadi salah satu komponen daya saing Kota Bandung.
2. Teridentifikasinya pola pemanfaatan ICT pada industri kreatif *fashion* Kota Bandung.
3. Teridentifikasinya hubungan pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif *fashion* sebagai komponen daya saing Kota Bandung.

1.3.3. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan gambaran perkembangan industri kreatif fashion di Kota Bandung.
2. Memberikan gambaran penelitian dalam bidang indsutri kreatif kecil.
3. Memberikan sumbangan penelitian dalam bidang ICT.
4. Memberikan gambaran tentang salah satu komponen daya saing Kota Bandung.

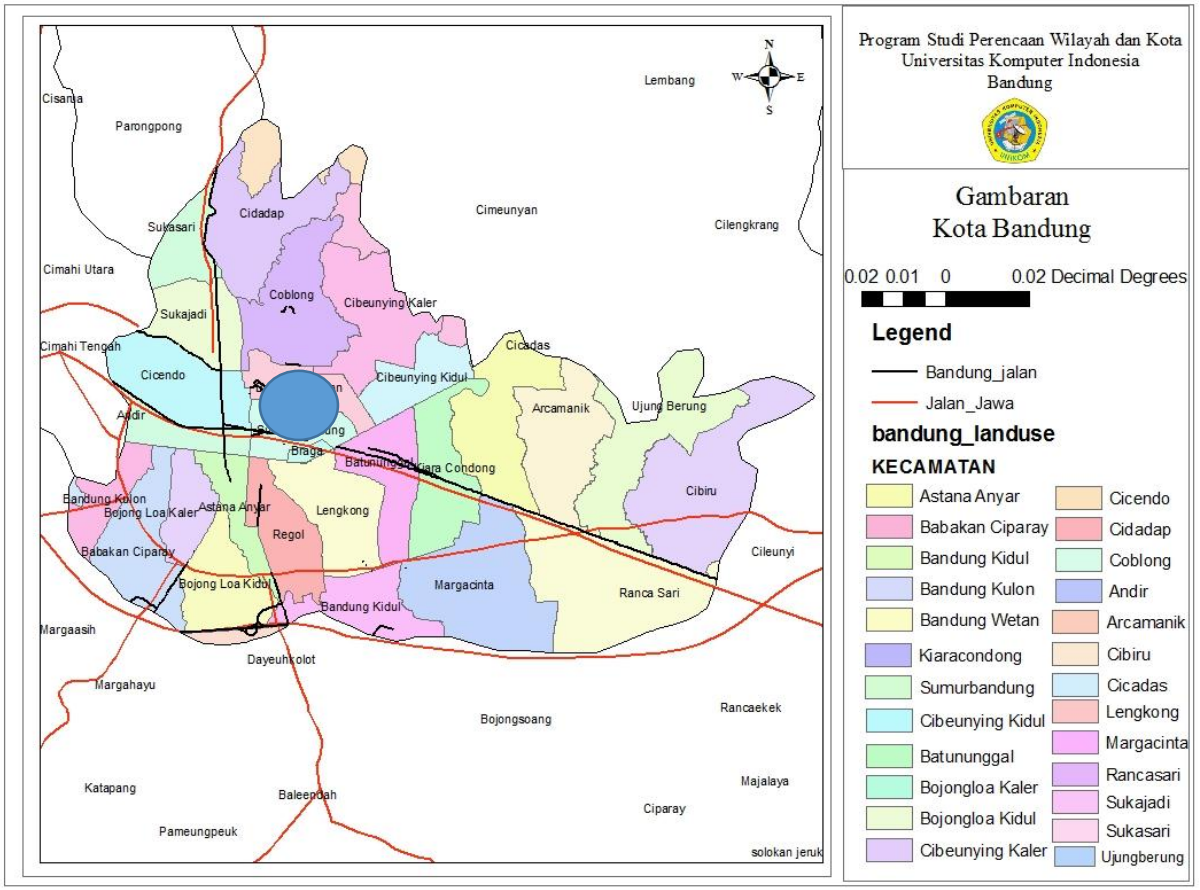
1.4. Ruang Lingkup

Ruang lingkup untuk penelitian ini mencakup ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi. Ruang lingkup wilayah meliputi batasan wilayah yang

dijadikan studi, sedangkan ruang lingkup materi berisi hal – hal yang menjadi pokok kajian penelitian.

1.4.1. Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah studi ini yaitu kawasan wisata belanja *fashion* Seperti di kawasan Dago, di kawasan Jalan Riau dan di kawasan Jalan Trunojoyo Kota Bandung. Untuk melihat lingkup wilayah penelitian ini, dapat dilihat dari gambar berikut :



Gambar 1.1
Peta Administrasi Kota Bandung

1.4.2. Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi dalam penelitian ini adalah :

1. Industri kreatif *fashion* adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultansi lini produk *fashion*, serta distribusi produk *fashion.* Ada 10 sub-sektor industri kreatif *fashion* yang terdapat di Kota Bandung. Salah satu yang akan diteliti adalah distro (*Distribution store)*. *Distribution store* murupakan kegiatan utama dalam dunia *fashion*. Menurut Muhamad Iqbal, 2011 *Distribution store* sesuai dengan namanya memiliki peran dalam mendistribusikan produk-produk dari *clothing company*. *Distribution store* merupakan tempat penitipan produk-produk *clothing company* yang umumnya adalah pakaian anak muda.
2. Pemanfaatan ICT

   Teknologi Informasi dan Komunikasi/TIK (*Information and Communication Technologies*/ICT) adalah payung besar terminologi yang mencakup seluruh peralatan teknis untuk memproses dan menyampaikan informasi. TIK mencakup dua aspek yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Sedangkan teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Batasan pemanfaatan ICT dalam penelitian ini yaitu penggunaan komputer, penggunaan software dan penggunaan internet.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data primer dan data sekunder.

- Data primer berupa data tentang industri kreatif *fashion* yang ada di Kota Bandung dan dideliniasi dari Kawasan Dago, Kawasan Riau, dan Kawasan Trunojoyo.
- Data sekunder berupa data dari literatur-literatur atau data yang diperoleh dari dinas-dinas atau instansi yang terkait dalam bidang industri kreatif dan bidang ICT.

1.5.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel I-1
Variabel Penelitian

<table>
<tr><th>NO</th><th>Sasaran</th><th colspan="2">Variabel</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Teridentifikasinya perkembangan industri kreatif fashion di Kota Bandung yang menjadi salah satu komponen daya saing Kota Bandung.</td><td colspan="2">- Jumlah Distro
- Jenis Produk
- Penjualan
- Desain</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Teridentifikasinya pola pemanfaatan ICT pada industri kreatif fashion Kota Bandung.</td><td colspan="2">- Penggunaan Komputer
- Penggunaan Software
- Penggunaan Internet</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3</td><td rowspan="2">Teridentifikasinya hubungan pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif fashion sebagai komponen daya saing Kota Bandung</td><td>ICT</td><td>Industri Kreatif</td></tr>
<tr><td>- Penggunaan Komputer
- Penggunaan Software
- Penggunaan Internet Website</td><td>- Produktivitas
- Penjualan
- Desain</td></tr>
</table>

1.5.3. Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2009:116) mengatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Untuk menentukan

besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus representatif artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil nilai e = 10% (0.1)

Jadi berdasarkan rumus di atas dapat dihitung jumlah sampel yang akan kita diteliti. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 39 distro yang tersebar pada kawasan Jalan Trunojoyo, Dago dan Jalan Riau Kota Bandung. Maka perhitungan jumlah sampel yang harus dikumpulkan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

$$n = \frac{39}{1 + 39\ (0{,}1^2)}$$

$$n = \frac{39}{1{,}39}$$

$$n = 28$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel yang akan diteliti adalah 28 sampel atau 28 Distro yang ada di kawasan penelitian.

1.5.4. Teknik Analisis Data

Analisis Korelasi merupakan teknik analisis yang termasuk dalam salah satu teknik pengukuran asosiasi/hubungan (*measures of association*). Pengukuran

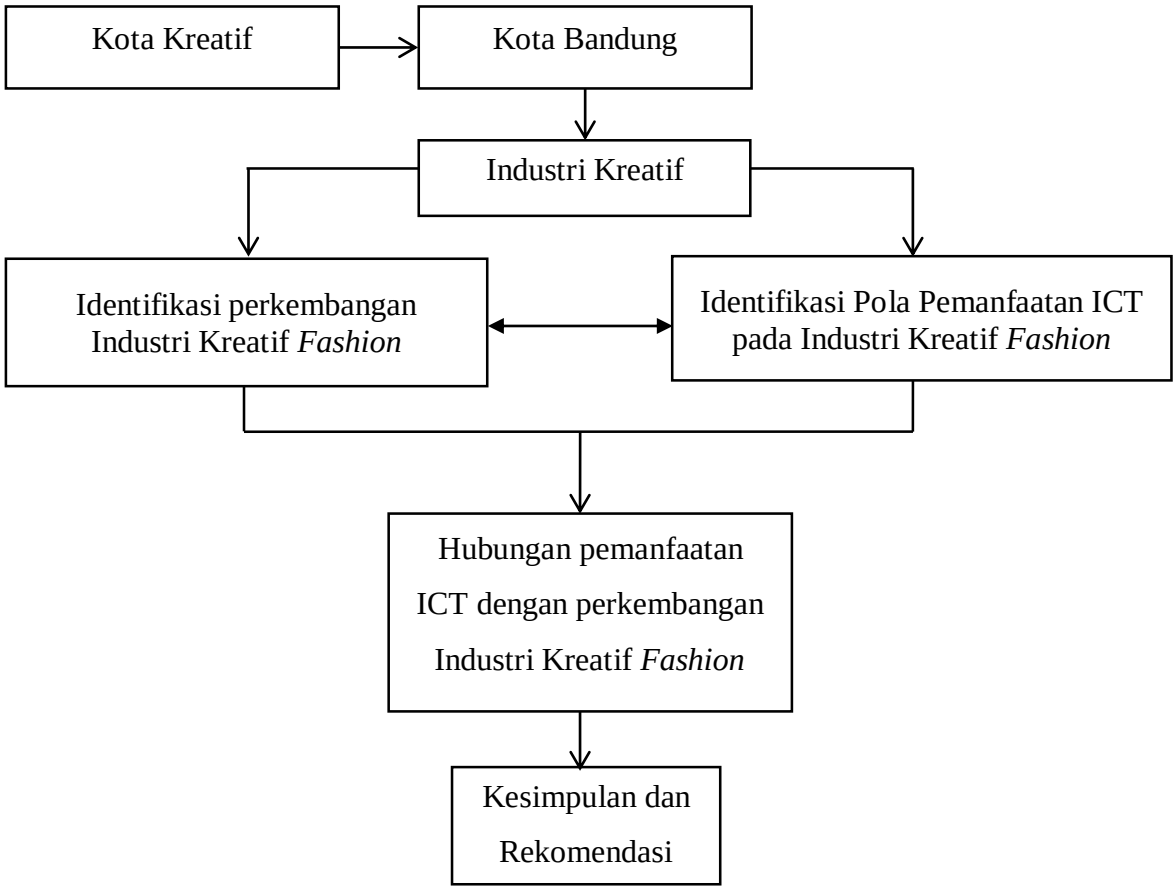
asosiasi merupakan istilah umum yang mengacu pada sekelompok teknik dalam statistik bivariat yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel. Diantara sekian banyak teknik-teknik pengukuran asosiasi, terdapat dua teknik korelasi yang sangat populer sampai sekarang, yaitu Korelasi *Pearson Product Moment* dan Korelasi *Rank Spearman*. Pengukuran asosiasi mengenakan nilai numerik untuk mengetahui tingkatan asosiasi atau kekuatan hubungan antara variabel. Dua variabel dikatakan berasosiasi jika perilaku variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain. Jika tidak terjadi pengaruh, maka kedua variabel tersebut disebut independen.

Korelasi bermanfaat untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel (kadang lebih dari dua variabel) dengan skala-skala tertentu, misalnya *Pearson* data, data yang digunakan dengan skala interval atau rasio, sedangkan untuk *Spearman* dan *Kendal* data yang digunakan dengan skala ordinal. Kuat lemah hubungan diukur menggunakan jarak (range) 0 sampai dengan 1

Analisis *Cross Tabulation* merupakan penyajian data dalam bentuk tabel silang yang terdiri atas baris dan kolom. Keistimewaan dari *crosstab* adalah kemampuan untuk menganalisis hubungan antara baris dan kolom tersebut. Ciri penggunaan data *crosstab* adalah data input yang berskala nominal atau ordinal (Santoso, 2009). Sebenarnya data kuantitatif seperti data interval dan rasio mampu dilakukan uji analisis *crosstab*. Akan tetapi, data-data ini akan mempunyai nilai decimal sehingga mempunyai perbedaan nilai yang sangat banyak yang mengakibatkan terlalu banyaknya kolom atau baris. Oleh karena itu apabila data yang dimasukkan adalah data interval ataupun rasio, perlu ditelaah isinya dan dilakukan pengelompokan terlebih dahulu.

1.5.5. Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui proses dan memudahkan dalam memahami alur dalam penelitian maka dibuatlah kerangka pemikiran dari penelitian ini, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1.2
Kerangka Analisis

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian "Identifikasi Hubungan Pemanfaatan ICT dengan Perkembangan Industri Kreatif *Fashion* sebagai salah satu komponen daya saing Kota Bandung" ini terdiri 5 (lima) bab dengan uraian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, sasaran dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, metodelogi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan teori yang digunkan dalam penelitian ini yaitu definisi ekonomi kreatif, industri kreatif,

industri kreatif *fashion*, definisi ICT, definisi daya saing, dan analisis korelasi, studi literatur terkait dengan penelittian ini.

BAB III GAMBARAN UMUM

Pada bab ini akan membahas mengenai gambaran umum wilayah studi, gamabaran umum industri kreatif, dan Karakteristik Industri Kreatif *Fashion.*

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas hasil penelitian, yaitu tentang komponen daya saing Kota Bandung, tentang perkembangan industri kreatif *fashion*, tentang pola pemanfaatan ICT, dan hubungan pemanfaatan ICT dengan perkembangan industri kreatif *fashion* di Kota Bandung.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan rekomendasi dari hasil penelitian ini.