BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Secara normatif berdasarkan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah, otonomi daerah bermakna hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Otonomi daerah tersebut merupakan sistem yang memungkinkan daerah untuk memiliki kemampuan mengoptimalisasi potensi terbaik yang dimilikinya dan mendorong daerah untuk berkembang sesuai dengan karakteristik ekonomi, geografis dan sosial budayanya. Perkembangan daerah yang sesuai dengan karakteristik tersendiri yang dimilikinya akan berdampak pada mengecilnya potensi-potensi kesenjangan antar daerah yang pada era orde baru hal ini tidak termobilisasi karena asas yang dianut pada saat itu adalah asas sentralisasi dengan pemerintahan yang sentralistis.

Nilai dasar desentralisasi diwujudkan dalam penyelenggaraan pemerintahan di daerah dalam bentuk otonomi daerah. Dalam pemahaman ini bermakna bahwa pada setiap daerah otonom dengan mendapatkan penyerahan atau pengakuan kewenangan untuk melaksanakan penyelenggaraan urusan pemerintahan yang telah diserahkan

menjadi urusan pemerintahan di daerah. Penyerahan urusan pemerintahan dari pemerintah pusat kepada pemerintahan daerah melalui otonomi daerah seperti diuraikan di atas bertujuan untuk mendekatkan pemerintah kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan, pembangunan dan pemberdayaan yang maksimal secara keseluruhan. Hal ini berdampak pada pelayanan, pembangunan dan pemberdayaan yang dilakukan akan maksimal dan merata dan juga sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang ada di daerah yang bersangkutan.

Pemberdayaan merupakan salah satu tugas utama pemerintah disamping pelayanan dan pembangunan. Pemberdayaan dipandang sebagai hal yang penting dilakukan karena dalam pemberdayaan esensinya yakni bagaimana memberdayakan masyarakat pada saat kondisi dimana masyarakat tersebut tidak memiliki daya atas apa yang terjadi pada dirinya untuk mencapai tujuan yang ia ingin capai. Pemerintah baik pusat maupun daerah, baik melalui Kementrian-kementrian, badan-badan, maupun komisi-komisi negara (di pusat) dan Dinas-dinas (di daerah) harus melakukan tugas pemberdayaan pada segala urusan-urusan pemerintahan yang menjadi kewenangannya.

UU No. 32 Tahun 2004 pasal 14 ayat 1 (satu) terdapat 16 urusan wajib yang harus dipenuhi oleh Pemerintah Kota/Kabupaten otonom dimana ini merupakan urusan dasar dalam kegiatan pemerintahan di daerah. Akan tetapi pada ayat 2 (dua) menyebutkan bahwa setiap kota/kabupaten otonom dapat memilih urusan-urusan pilihan yang secara nyata ada dan berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan

masyarakat sesuai dengan kondisi, kekhasan dan potensi unggulan daerah yang bersangkutan.

Kota Bandung sebagai daerah otonomi dan dengan seluruh keragaman sumber yang dimilikinya, dapat dijadikan sebagai suatu contoh daerah otonom yang baik yang menjalankan urusan pemerintahan di daerah dengan berlandaskan atas peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Perkembangan zaman yang semakin meningkat akan mengakibatkan aktifitas-aktifitas perekonomian di Kota Bandung semakin baik. Sebagai gambaran, di Kota Bandung setidaknya terdapat 30 sentra-sentra industri yang mengharuskan untuk di bina oleh Pemerintah Kota Bandung. Sejalan dengan perkembangan kegiatan industri di Bandung yang semakin meningkat dimana dapat menjadikan industri sebagai potensi unggulan yang terdapat di Kota Bandung.

Pemerintah Kota Bandung dalam Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah 2014-2018 merancang peningkatan ekonomi di daerah dengan menetapkan industri kreatif sebagai salah satu cara untuk meningkatkan ekonomi di Bandung. Industri kreatif seiring perkembangan jaman potensinya akan selalu berkembang pesat. Data dari Badan Pusat Statistik Pusat (2013) menyebutkan bahwa telah terjadi peningkatan jumlah pelaku kegiatan industri kreatif dari 11.799.568 orang pada tahun 2012 menjadi 11.872.428 orang pada tahun 2013 di Indonesia. Berdasarkan data tersebut diperoleh indikasi bahwa telah terjadi peningkatan sebesar 0,62% pelaku industri kreatif di Indonesia. Pada tahun 2013, sektor industri kreatif ini menghasilkan nilai sebesar Rp641.815,4 miliar, angka ini naik sekitar 10,9%

dibandingkan dengan tahun 2012 dengan kontribusi yang diberikan sebesar Rp578.760,6 miliar. Perkembangan selanjutnya, pada tahun 2013 terdapat 56.007.862 unit jumlah usaha di Indonesia. Jumlah unit usaha tersebut meningkat 0,89% dibandingkan dengan jumlah 55.510.746 unit pada tahun 2012. Khusus sektor industri kreatif, terjadi pertumbuhan sebesar 0,41% dimana dari angka 5.398.162 unit di tahun 2012 meningkat menjadi 5.420.165 unit pada tahun 2013.

Sementara itu, terkait ekspor-impor hasil dari industri kreatif, BPS pusat (2013) menjelaskan bahwa terjadi peningkatan nilai ekspor di Indonesia, khususnya kontribusi ekonomi kreatif. Aktifitas ekspor di Indonesia pada tahun 2013 meningkat 4,03% dengan pencapaian 2.079.941.326 juta rupiah, dan dari angka tersebut, sebesar 118.968.031,8 juta rupiah diantaranya dikontribusikan oleh sektor ekonomi kreatif yang tumbuh 8,01%. Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa sektor industri kreatif saat ini cenderung memiliki potensi yang baik dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun jumlah penyerapan tenaga kerja Indonesia.

Khusus di Kota Bandung sendiri potensi industri kreatif dari tahun ke tahun semakin berkembang. Data Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Perdagangan menyebutkan bahwa pada tahun 2002 sektor ini menyumbang 12,82% pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bandung, selanjutnya pada tahun 2007 meningkat sebesar 14,46%. Sektor industri kreatif di Kota Bandung sampai saat ini masih memiliki potensi yang besar dan akan dapat terus berkembang. Data Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Perdagangan menyebutkan pada tahun 2009

terdapat sekitar 5.291 unit usaha kreatif yang ada di Kota Bandung yang dapat menyerap tenaga kerja sebesar 15.873 orang.

Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan sektor industri kreatif di Bandung, pemerintah pusat melalui Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mendaftarkan 2 Kota di Indonesia pada UNESCO dengan kriteria sebagai kota desain dunia, kota-kota tersebut adalah Kota Bandung dan juga Kota Solo. Kita mengetahui bahwa sumber daya kreatif yang ada di dua kota tersebut melimpah. Bandung dengan menjamurnya *Factory Outlet* (FO), *distro*, dan juga potensi sumber daya manusia yang kreatif menjadikan kota ini sebagai kota kreatif bidang desain yang ada di Indonesia begitupun dengan Solo dengan batiknya.

Industri kreatif memiliki 14 (empat belas) bidang/sektor, salah satunya yaitu Industri Kreatif bidang desain. Bidang desain sendiri merupakan sub bidang penting dalam kegiatan industri kreatif dimana untuk menjadi kota kreatif dunia, Menurut Fiki Satari ketua dari *Bandung Creative City Forum* (BCCF) melalui PRfm News yang diposting pada 3 Desember 2013 UNESCO menetapkan berbagai ciri-ciri kota kreatif dunia yang ditetapkannya yaitu tentang desain, musik, gastronomi atau kuliner, kerajinan, literatur dan media teknologi. Dengan ditetapkannya Kota Bandung sebagai kota kreatif bidang desain mengharuskan Pemerintah baik pusat maupun daerah memberikan perhatian khusus untuk mengatur dan membenahi semua permasalahan baik infrastruktur dan suprastruktur yang terkait dengan industri kreatif bidang desain.

Industri kreatif di Kota Bandung dihadapkan pada berbagai permasalahan. Seperti yang dikemukakan oleh Fery Sofwan (Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat) menyebutkan bahwa masih belum berdayanya industri kreatif di Kota Bandung berkaitan dengan tiga masalah, yaitu : yang *pertama* ialah ide kreatif itu sendiri, yang *kedua* ialah jaringan, dan yang *ketiga* adalah permodalan. (Haryadi. 2013. Permodalan Bukan Masalah Utama Industri Kreatif. http://www.inilahkoran.com/read/detail/2004524/permodalan-bukan-masalah-utama-industri-kreatif) diakses pada tanggal 2 April 2014.

Kementrian Perdagangan Republik Indonesia (2008) mengidentifikasi permasalahan dalam industri kreatif yang disebutkan di dalam buku panduan pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025. Buku panduan tersebut menyebutkan 5 masalah, diantaranya adalah :

1. Kualitas dan kuantitas sumber daya insani sebagai pelaku dalam industri kreatif, yang membutuhkan perbaikan dan pengembangan : lembaga pendidikan dan pelatihan, serta pendidikan bagi insan kreatif Indonesia;
2. Iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha di Industri kreatif, yang meliputi : sistem administrasi negara, kebijakan dan peraturan, infrastruktur yang diharapkan dapat dibuat kondusif bagi perkembangan industri kreatif. Dalam hal ini termasuk perlindungan atas hasil karya berdasarkan kekayaan intelektual insan kreatif Indonesia;
3. Penghargaan/apresiasi terhadap insan kreatif Indonesia dan karya kreatif yang dihasilkan, yang terutama berperan untuk menumbuhkan rangsangan berkarya bagi insan kreatif Indonesia dalam bentuk finansial maumpun non finansial;
4. Percepatan tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi, yang sangat erat kaitannya dengan perkembangan akses bagi masyarakat untuk mendapat informasi, bertukar pengetahuan dan pengalaman, sekaligus akses pasar kesemuanya yang sangat penting bagi pengembangan industri kreatif;
5. Lembaga pembiayaan yang mendukung pelaku industri kreatif, mengingat lemahnya dukungan lembaga pembiayaan konvensional dan masih

sulitnya akses bagi *enterpreuner* kreatif untuk mendapatkan sumber dana alternatif seperti modal ventura, atau dana *corporate social responsibilit*y (CSR).

Identifikasi dari ke lima permasalahan di atas menunjukan bahwa permasalahan di sektor industri kreatif terdapat pada tiga instrumen. Pertama pelaku usaha itu sendiri, dimana kurang optimalnya sumberdaya manusia pelaku usaha tersebut yang menghasilkan kualitas barang dari hasil yang diciptakannya itu. Kedua yaitu Pemerintah, dimana pemerintah belum menciptakan suatu iklim yang kondusif dan juga memberikan apresiasinya kepada pelaku usaha industri kreatif. Kemudian yang ketiga yaitu pihak dari perbankan, dimana masih seringkali pelaku usaha industri kreatif khususnya usaha mikro dihadapkan oleh sulitnya mendapatkan modal pinjaman dari sektor perbankan.

Pembahasan yang berbeda, Kuncoro dalam buku "*Visi Indonesia 2030*" menyebutkan sektor industri kreatif ini diyakini akan dapat mengatasi permasalahan negara baik jangka pendek maupun jangka menengah, yaitu permasalahan tentang : (1) Relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4,5% per tahun); (2) Masih tingginya pengangguran (9-10%); (3) Tingginya tingkat kemiskinan (16-17%); (4) Rendahnya daya saing industri di Indonesia. Selain permasalahan tersebut, Kementrian Perdagangan RI dalam buku "*Pengembangan Ekonomi Indonesia 2025*" (2008) menyebutkan bahwa Industri Kreatif diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang berkenaan dengan *Global Warming*, pemanfaatan energi yang terbarukan, deforestasi dan pengurangan emisi karbon, karena pola perkembangan industri kreatif ini merupakan pola pengembangan yang

ramah lingkungan dan penciptaan nilai produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya insani merupakan sumber daya yang terbarukan.

Industri kreatif bidang desain grafis merupakan kegiatan jasa dimana seseorang ataupun kumpulan orang yang bergerak di bidang desain grafis menciptakan karya yang dapat dijual kepada pihak yang meminta untuk diciptakan suatu karya desain grafis yang diinginkan. Saat ini bidang desain khususnya desain grafis di Kota Bandung merupakan bidang yang menjanjikan, ini dapat dilihat melalui banyaknya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang membuka program studi desain yang tentunya ini dikarenakan peminat di bidang desain khususnya desain grafis semakin besar.

Permasalahan industri kreatif bidang desain khususnya desain grafis juga ditemukan, dimana saat ini masyarakat masih memandang bahwa desain kemasan dalam suatu produk yang ia jual belum terlalu penting. Contohnya bagi pelaku usaha kecil dan menengah, ia masih belum terfokus pada bagaimana bentuk kemasan, mereka masih terfokus pada hasil yang ia jual. Padahal jika kita melihat pasar, semakin kreatif bentuk desain yang ia buat maka akan semakin menarik minat pembeli untuk membeli produk tersebut.

Permasalahan lain yang ditemukan yaitu hingga saat ini desainer grafis di Kota Bandung masih kesuliatan untuk mengembangkan market pasar mereka. Letak geografis yang terlalu dekat dengan Jakarta menjadi salah satu penyebabnya dimana potensi desainer grafis di Kota Bandung sulit berkembang. Anggota Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI) menyebutkan bahwa:

> "Desainer grafis di Kota Bandung cukup sulit untuk berkembang, hal ini dikarenakan pengguna jasa ini banyak berada di Jakarta karena jelas perkembangan ekonomi berpusat disana. Perusahaan-perusahaan di Jakarta merupakan mangsa pasar yang potensial bagi desainer grafis tak terkecuali desainer grafis asal Kota Bandung." (Tarmawan, 28/6/2014)

Pernyataan diatas dapat dipahami sebagai permasalahan yang muncul dimana market pasar bagi desainer grafis di Kota Bandung tidak sebesar market di Jakarta. Berdasarkan pendapat diatas, dapat diketahui bahwa desainer grafis di Kota Bandung banyak yang mencari pekerjaan di Jakarta dimana banyak perusahaan besar membutuhkan jasa mereka. Hal ini mengakibatkan industri desain grafis di Kota Bandung tidak cukup berkembang secara maksimal.

Kota Bandung dapat berbangga karena jika dibandingkan dengan Kota Solo yang notabene sama-sama diajukan untuk menjadi kota kreatif dunia berbasis desain, Kota Bandung lebih unggul. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Ketua *Bandung Creative City Forum* yang dikutip oleh Republika.co.id pada tanggal 22 November 2013, bahwa penetapan kota kreatif dunia juga ditentukan oleh sejarah, kreatifitas, jumlah institusi pendidikan terakreditasi, jumlah karya ilmiah, pelaku usaha, jumlah guru besar dan potret sektor perdagangannya. Peneliti beranggapan bahwa ke-8 hal di atas telah dimiliki oleh Kota Bandung dan hal ini merupakan salah satu bentuk bahwa Kota Bandung lebih matang dibandingkan dengan Kota Solo.

Permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan di atas, dapat kita jadikan awal mula masalah penelitian yang mungkin permasalahan ini muncul juga di Kota Bandung. Berdasarkan uraian diatas peneliti beranggapan bahwa permasalahan industri kreatif di bidang desain grafis di Kota Bandung ini menarik untuk diteliti dan

kemudian dijadikan karya ilmiah skripsi sebagai tugas akhir dengan judul yaitu : **"Pemberdayaan Pelaku Industri Kreatif Bidang Desain Grafis Di Kota Bandung"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka untuk lebih memperjelas dan membatasi pembahasan, peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu bagaimanakah pemberdayaan pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menjawab permasalahan tentang pemberdayaan pelaku industri kreatif di bidang desain grafis di Kota Bandung.

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjawab permasalahan mengenai:

1. Untuk mengetahui upaya untuk memungkinkan terciptanya kondisi yang stabil bagi pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui upaya penguatan pengetahuan dan kemampuan pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui upaya perlindungan kepada pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung

4. Untuk mengetahui upaya bimbingan dan dukungan kepada pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung

5. Untuk mengetahui pemeliharaan pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memenuhi kegunaan dari aspek teoritis, aspek praktis dan dapat mempunyai manfaat untuk peneliti. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

a. Peneliti :
    1. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat menjadikan peneliti lebih memahami kajian tentang Ilmu Pemerintahan lebih dalam lagi.

b. Teoritis :
    1. Bagi pengembangan Ilmu Pemerintahan diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi khasanah pengembangan teori pemerintahan dikemudian hari.

    2. Bagi Program Studi Ilmu Pemerintahan Unikom, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan bagi kajian selanjutnya pada fokus pemberdayaan pelaku usaha industri kreatif bidang desain grafis.

c. Aspek Praktis :

1. Bagi Pemerintah Kota Bandung penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam menentukan kebijakan-kebijakan pengembangan industri kreatif bidang desain grafis selanjutnya.

2. Bagi pelaku usaha industri kreatif bidang disain grafis dapat memahami dan mengetahui apa saja kebijakan pemerintah guna memberdayakan para pelaku industri kreatif bidang desain grafis.

3. Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan perbandingan atas penelitian-penelitian yang lain berkenaan dengan industri kreatif bidang desain grafis.