

Hasil Penelitian

PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI KABUPATEN SIDOARJO DALAM PERSPEKTIF KOMUNITAS

(CREATIVE INDUSTRY DEVELOPMENT IN SIDOARJO REGENCY FROM A COMMUNITY PERSPECTIVE)

Munari Kustanto

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Sidoarjo
Jl. Sultan Agung No. 13, Kabupaten Sidoarjo
Jawa Timur – Indonesia
Email: munarikustanto@gmail.com

Diterima: 15 Februari 2022; Direvisi: 05 September 2022; Disetujui: 29 September 2022

ABSTRAK

Industri kreatif menjadi salah satu sektor paling siap dalam menghadapi perubahan lingkungan yang semakin dinamis dewasa ini. Keberadaan komunitas memegang peranan penting dalam pengembangan industri kreatif di suatu daerah, termasuk di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan menganalisa tantangan yang dihadapi komunitas dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo sekaligus merumuskan upaya pengembangan industri kreatif. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh melalui FGD serta data sekunder dalam analisisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam perspektif komunitas, pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo menghadapi beberapa tantangan terkait dengan pola pikir masyarakat dan pelaku industri kreatif, kesulitan mengakses perbankan, kemasan kurang menarik, prasarana pendukung kurang memadai, lemahnya pemasaran, serta ketersediaan sumberdaya baik bahan baku maupun manusia. Pengembangan industri kreatif penduduk pariwisata di Kabupaten Sidoarjo menuntut peran penting pemerintah baik sebagai fasilitator maupun regulator, sehingga menjadi katalisator bagi aktor pentahelix. Strategi pengembangan industri kreatif dapat dilakukan melalui penyediaan pelatihan pendidikan dan kurikulum, mendorong pembentukan sektor non-perbankan, hingga memperluas jejaring.

Kata kunci: industri kreatif, komunitas, perspektif

ABSTRACT

The creative industry is one of the sectors most prepared to face today's increasingly dynamic environmental changes. The existence of the community plays an important role in the development of creative industries in an area, including in Sidoarjo Regency. This study aims to analyze the challenges faced by the community in developing creative industries in Sidoarjo Regency as well as to formulate efforts to develop creative industries. Using a qualitative approach, this study utilizes primary data obtained through FGDs as well as secondary data in its analysis. The results show that from a community perspective, the development of creative industries in Sidoarjo Regency faces several challenges related to the mindset of the community and creative industry players, difficulties in accessing banking, unattractive packaging, inadequate supporting infrastructure, weak marketing, and the availability of resources both raw materials and raw materials. man. The development of the creative industry of the tourism population in Sidoarjo Regency demands an important role from the government both as a facilitator and regulator, so that it becomes a catalyst for pentahelix actors. Creative industry development strategies can be carried out through providing educational training and curriculum, encouraging the formation of the non-banking sector, and expanding networks..

Keywords: creative industry, community, perspective

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang menerjang dunia pada awal tahun 2020 membawa perubahan yang signifikan bagi kehidupan manusia. Dampak yang ditimbulkan tidak hanya terlihat di bidang kesehatan, tetapi juga kehidupan sosial dan terlebih ekonomi. Pandemi Covid-19 menjadikan perekonomian sebagian besar negara dunia mengalami perlambatan bahkan resesi. International Monetary Fund (2021) mencatat hanya tiga negara yang pertumbuhan ekonominya positif sepanjang tahun 2020 yaitu China (2,3%), Vietnam (2,9%), dan Taiwan (2,98%).

Indonesia juga merasakan dampak yang sama, pertumbuhan ekonomi sepanjang tahun 2020 tercatat mengalami perlambatan. Badan Pusat Statistik merilis ekonomi Indonesia turun sebesar 2,07% di tahun 2020 (Herlano dan Kurniawan, 2021). Seiring dengan semakin membaiknya upaya pengendalian penyebaran Covid-19, maka pemerintah berharap kondisi ekonomi dapat segera pulih. Industri kreatif yang dianggap paling siap menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis, semakin banyak dilirik oleh banyak pihak untuk berkontribusi terhadap pemulihan ekonomi nasional.

Industri ini mulai mendapatkan perhatian pemerintah ketika menyadari bahwa dunia sedang memasuki gelombang ekonomi keempat yaitu ekonomi kreatif. Industri kreatif yang sangat bergantung pada kreatifitas dan olah rasa sebagai manusia, menjadikannya sangat sulit untuk digantikan oleh mesin. Karakteristik industri kreatif yang demikian juga mampu memberikan manfaat bagi kalangan yang selama ini termajinalkan, seperti mereka yang berkebutuhan khusus (Muchlashin, 2021). Pemerintah mempertimbangkan berbagai keunggulan yang ada tersebut menjadikan industri kreatif sebagai garda terdepan dalam upaya pemulihan ekonomi nasional (AS, 2021) maupun global (Prihatin, 2021).

Kabupaten Sidoarjo sebagaimana daerah lain di Indonesia yang merasakan dampak lesunya perekonomian nasional, juga memiliki peluang untuk melakukan pemulihan melalui industri kreatif. Mencatatkan diri sebagai salah satu kawasan industri di Jawa Timur, Kabupaten Sidoarjo memiliki potensi untuk mengembangkan industri kreatif sekaligus mendukung pariwisata. Sebagaimana diketahui bersama, industri kreatif tidak dapat lepas dari eksistensi dunia pariwisata. Keduanya laksana dua sisi mata uang yang saling melengkapi dan mengisi, di mana terdapat pariwisata maka keberadaan industri kreatif juga akan seiring, demikian pula sebaliknya.

Banyak studi yang telah membuktikan bahwa keberadaan industri kreatif dan pariwisata menjadi sesuatu yang tidak terpisahkan. Industri kreatif memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong pengembangan pariwisata di suatu daerah (Tutun, 2019; Handini, 2020). Kenyataan ini pula yang mendorong banyak daerah merencanakan pengembangan industri kreatif dalam sebuah sentra. Harapannya sentra industri kreatif dapat menjadi destinasi wisata baru yang menarik minat wisatawan (Yusri, *et al.*, 2019). Keberadaan destinasi wisata, sebaliknya juga dapat mendorong berkembangnya industri kreatif. Sampah yang umumnya menjadi produk sampingan dari sebuah destinasi wisata menurut Dewi (2017) merupakan peluang bagi tangan-tangan kreatif untuk mengubahnya menjadi sebuah produk kreatif yang layak jual.

Meskipun demikian ternyata keberadaan industri kreatif tidak selalu berhasil mendorong pariwisata. Nurcahyati dan Ratnawati (2016) mengidentifikasi masih cukup banyak destinasi-destinasi wisata belum memiliki linkage dengan industri kreatif. Salah satunya terlihat dari belum tersedianya souvenir khas yang menjadi bagian dari industri kreatif pada beberapa destinasi wisata. Souvenir yang disediakan bahkan seringkali dapat ditemukan di daerah lain.

Fakta di atas memperlihatkan bahwa pengembangan industri kreatif tidak semudah membalik telapak tangan. Para pelaku industri kreatif menurut Handayani dan Sari (2020) masih menghadapi banyak kendala dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Mereka dihadapkan kendala dalam pemenuhan bahan baku, keterbatasan modal, hingga sumberdaya kreatif. Pengembangan industri kreatif juga dihadapkan pada tantangan perizinan dan ketersediaan tempat usaha (Sudirman, *et al.*, 2020). Berbagai tantangan dalam pengembangan industri kreatif tentu tidak dapat diserahkan semuanya kepada pemerintah.

Sutrisno dan Anitasari (2019) menekankan pentingnya kolaborasi pentahelix pemangku kepentingan, mulai dari akademisi, sektor bisnis, komunitas, pemerintah, dan juga media. Komunitas sebagai salah satu unsur pemangku kepentingan pengembangan industri kreatif dengan demikian perlu mendapat perhatian. Keberadaan komunitas sejatinya merupakan modal yang berharga bagi upaya pengembangan industri kreatif dan pariwisata di Kabupaten Sidoarjo. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bahkan telah menjalin komunikasi dengan berbagai komunitas yang ada di

Kabupaten Sidoarjo. Kegiatan tersebut dalam rangka membangun jejaring tingkat nasional bagi komunitas ekonomi kreatif (Yanuar, 2020).

Peran komunitas dalam pengembangan industri kreatif dan pariwisata telah menarik perhatian banyak orang, sehingga cukup banyak studi mengenai hal tersebut. Komunitas menjadi aktor terpenting dalam menjaga eksistensi industri kreatif yang berkontribusi terhadap kelangsungan pariwisata (Budiani *et al.*, 2018; Perdana, 2019). Studi yang dilakukan Anjaningrum dan Sapetra (2018) juga menemukan bahwa komunitas berpengaruh secara simultan terhadap kinerja industri kreatif selain kewirausahaan, pembinaan bisnis, dan pendampingan. Keberadaan komunitas menurut Dewanti dan Soeprapto (2019) tidak sekedar menjadi obyek. Komunitas juga harus mampu memainkan peran sebagai subyek dalam konteks pengembangan pariwisata diwilayahnya. Pendampingan dan penyuluhan terhadap komunitas menjadi sebuah keharusan guna mendukung pengembangan industri kreatif dan juga pariwisata di suatu wilayah (Yuliawati *et al.*, 2020).

Peran penting komunitas kreatif dalam mendukung sektor pariwisata sejatinya telah mendapat perhatian serius dari Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dari diterbitkannya Peraturan Daerah Kabupaten Sidoarjo Nomor 6 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2014-2025. Salah satu strategi pemasaran pariwisata Kabupaten Sidoarjo yang diamanatkan adalah bekerjasama dengan komunitas kreatif. Meskipun demikian, dibutuhkan setidaknya empat tahun bagi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo untuk benar-benar bekerjasama dengan komunitas kreatif. Tepatnya pada pertengahan Desember 2018, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo mengukuhkan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu wadah bagi komunitas kreatif di Kabupaten Sidoarjo (Sigit, 2018).

Studi mengenai pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo juga telah ada, mulai dari seni grafis (Suparman, 2017) hingga kuliner (Purwanto *et al.*, 2017). Studi yang secara khusus mengupas tantangan pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo belum banyak dilakukan. Lebih spesifik lagi tantangan tersebut dalam perpektif komunitas yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Tulisan ini berupaya mengisi kekosongan yang masih ditinggal studi-studi sebelumnya. Penelitian bertujuan untuk menganalisa tantangan yang dihadapi komunitas dalam mengembangkan industri kreatif pendukung pariwisata di Kabupaten Sidoarjo.

METODE

Penelitian ini bersifat *policy oriented* yang berfokus pada identifikasi masalah yang bersifat perspektif. Guna memperoleh informasi yang komprehensif maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data dan informasi deskriptif berkaitan dengan persepsi komunitas menjadi pertimbangan digunakannya pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan perwakilan komunitas yang ada di Kabupaten Sidoarjo sebagai informan kunci. Teknik *Focus Group Discussion* (FGD) dipilih untuk memperoleh data primer. Adapun data sekunder dikumpulkan melalui teknik studi literatur berupa dokumen yang terkait dengan upaya pengembangan industri kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Pengembangan Industri Kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Komunitas sebagai salah satu aktor penting dalam industri kreatif tentu perlu mendapatkan perhatian, termasuk pandangan mereka terkait pengembangan insutri kreatif pendukung pariwisata di Kabupaten Sidoarjo. FGD melibatkan komunitas kreatif yang terkait dengan sub sektor industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Komunitas kreatif tersebut mewakili sub sektor fesyen, seni rupa, seni pertunjukan, kriya, fotografi, film animasi dan video, desain komunikasi visual, dan kuliner yang menjadi unggulan di Kabupupaten Sidoarjo.

Hasil FGD memperlihatkan bahwa dalam perspektif komunitas, industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo memiliki potensi untuk berkembang. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari berbagai industri kreatif yang telah ada di Kabupaten Sidoarjo. Meskipun demikian, mereka juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Tantangan tersebut tidak hanya bersumber dari luar (akses permodalan yang terbatas, pemasaran yang belum optimal, hingga prasarana yang kurang mendukung) tetapi juga tantangan dari dalam seperti *mindset* pelaku industri kreatif, pengemasan, hingga kualitas sumberdaya manusia.

Pola Pikir/Mindset. Tantangan terkait pola pikir tidak hanya bagi masyarakat tetapi juga sebagian besar pelaku ekonomi kreatif. Masyarakat selama ini masih memiliki pola pikir bahwa harga menjadi pertimbangan utama dalam memiliki produk kreatif. Kondisi ini semakin diperparah oleh membanjirnya produk

impor belakangan. Realitas tersebut sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan dari sebuah komunitas yang berkaitan dengan bidang asesoris.

"...Dengan masuknya barang-barang dari luar yang harus diubah pola pikirnya bukan pelaku UKMnya saja, mindset orang Indonesia juga harus diubah. Orang Indonesia lebih memilih yang murah. Akhirnya pelaku hand made pun juga berpikir untuk menurunkan harga jualnya..."

Kondisi ini menjadikan para pelaku industri kreatif berada pada posisi dilematis. Mereka pada satu sisi dituntut untuk dapat menghasilkan produk kreatif yang berkualitas. Pencurahan ide-ide kreatif untuk menghasilkan sebuah produk tentu juga menuntut adanya penghargaan yang sepadan. Fakta yang ada di lapangan berbeda, masyarakat ketika membeli produk kreatif cenderung mengabaikan modal utama pelaku industri kreatif. Mereka umumnya lebih mengutamakan pertimbangan harga ketika membeli produk kreatif. Temuan ini sejalan dengan studi yang menyatakan bahwa variabel harga menjadi penentu keputusan konsumen untuk membeli (Gultom, 2021) maupun membeli kembali sebuah produk industri kreatif (Sentosa, 2019).

Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo dalam menghadapi dilema tersebut, cenderung mengalah. Mereka rela menurunkan ego agar produk yang mereka hasilkan dapat terserap pasar agar dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Keberlangsungan industri juga menjadi pertimbangan lain ketika pelaku industri kreatif terpaksa tidak menghargai diri mereka sendiri.

Pengetahuan masyarakat tentang betapa berharganya ide kreatif dan inovasi, menjadi pekerjaan rumah yang serius di Kabupaten Sidoarjo. Semua pihak yang berkepentingan dengan pengembangan industri kreatif perlu memikirkan berbagai upaya guna mengedukasi masyarakat. Kegelisahan ini sebagaimana dikemukakan oleh salah satu informan dari komunitas seni berikut ini : "...Berbicara tentang hal tersebut, edukasi di masyarakat juga perlu diperhatikan...". Informan juga menambahkan, manakala edukasi kepada masyarakat tidak berjalan dengan baik, maka penghargaan terhadap produk kreatif masih tetap rendah.

Tantangan terkait pola pikir nyatanya tidak hanya terjadi pada masyarakat sebagai konsumen produk industri kreatif. Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo juga perlu mengubah pola pikir mereka agar industri

kreatif semakin berkembang. Perwakilan Asosiasi Makanan dan Minuman Kabupaten Sidoarjo menyoroti sebagian pelaku industri kreatif yang merasa berada di zona nyaman.

*"...halah wes aku nang omah ae, gak ngunu-ngunuan tetep oleh duik..."
(halah sudah saya di rumah saja, tidak begitu-begituan tetap mendapatkan uang)*

Pola pikir seperti ini menjadi tantangan tersendiri bagi pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Industri kreatif yang menitik beratkan pada kemampuan ide kreatif dan inovasi tentu membutuhkan pemikiran yang mampu beradaptasi dengan tuntutan lingkungan. Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo dituntut mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi yang sangat cepat. Pola pikir yang dimiliki sebagian pelaku industri kreatif di atas dapat menjadi bumerang bagi keberlangsungan bisnis mereka.

Ancaman ini bukannya tanpa alasan, pelaku industri lain tentu berlomba-lomba untuk menguasai pangsa pasar yang ada. Mereka yang terus melakukan inovasi dan kreatifitas untuk dapat beradaptasi dengan tuntutan yang ada, tentu akan memenangkan persaingan. Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo saat ini memang masih menguasai pangsa pasar, tetapi tidak akan selamanya. Zona nyaman tersebut pada suatu saat pasti akan tergantikan oleh keberadaan para pesaing yang terus berinovasi dengan produk semakin kreatif. Saat semua itu disadari tentu sudah sangat terlambat untuk berubah dan dapat bersaing.

Akses Perbankan. Modal menjadi salah satu kunci penting bagi keberlangsungan sebuah industri, termasuk industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo sebagian besar merupakan UMKM dengan kepemilikan modal yang terbatas. Kondisi tersebut tentu menjadikan mereka sulit untuk mengembangkan produksi. Keterbatasan modal yang dialami pelaku industri kreatif membutuhkan dukungan dari lembaga pembiayaan, salah satunya perbankan. Bank merupakan salah satu lembaga yang bergerak pada jasa keuangan yang sangat dibutuhkan masyarakat. Keberadaan bank yang diharapkan mampu memberikan solusi terhadap keterbatasan modal pelaku industri kreatif ternyata menjadi tantangan lain dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo.

Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo selama ini mengaku mengalami kesulitan dalam mengakses pembiayaan dari

perbankan. Kesulitan ini tentunya memberikan dampak bagi upaya untuk mengembangkan usaha industri kreatif mereka. Hal ini sebagaimana disampaikan beberapa informan berikut ini.

"...mohon maaf, banyak teman-teman di Sidoarjo ini berproduksi tapi tempat masih punya ayahnya, ibunya atau pamannya. Akhirnya mereka kesulitan untuk akses di bank karena jaminannya..."

"...Realitanya memang 5 juta aja pake jaminan sepeda motor, jadi kesulitan teman-teman ya itu. Saya sudah mendatangi BRI atau BNI ternyata bendol pak..."

"...Saya sering dicurhati ibu-ibu mas lah, dari pihak dana, karena kalau mengajukan pada bank susah sekali..."

Ketiadaan jaminan menjadi salah satu penyebab banyaknya pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo tidak dapat mengakses modal dari perbankan. Temuan ini sejalan dengan laporan Badan Ekonomi Kreatif (2019) yang menyebutkan bahwa belum terbangun akses bagi pelaku industri kreatif ke sumber-sumber permodalan. Studi Margunani *et al.*, (2019) juga menemukan bahwa UMKM kesulitan mengakses permodalan dari lembaga keuangan. Padahal pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo sebagian besar adalah UMKM.

Realitas di atas sedikit banyak menggambarkan kepercayaan sektor perbankan terhadap industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo masih rendah. Pihak bank akan dengan mudah memberikan pinjaman modal manakala pihak yang mengajukan menjanjikan. Bank sebagai sebuah lembaga *profit oriented* tentu harus benar-benar selektif dalam mengelola usahanya, termasuk dalam hal pemberian bantuan modal usaha kepada pelaku ekonomi kreatif.

Informan yang lain mengaku sangat memahami sikap perbankan yang sangat selektif dalam memberikan bantuan modal usaha. Sikap ini sedikit banyak juga banyak dipengaruhi oleh perilaku beberapa oknum nakal yang menyebabkan terjadinya kerugian bank.

"...Kemudian masalah permodalan, kalo butuh modal 5-10 juta cukup membantu. Tapi terkadang teman-teman takut ya karena ada jaminan, padahal kalo gak ada jaminan juga teman-teman suka nakal gak mau bayar cicilan..."

Informan menaruh harapan yang tinggi kepada Pemerintah Kabupaten Sidoarjo untuk dapat memberikan solusi terbaik bagi permasalahan ini. Para pelaku industri kreatif di satu sisi memiliki kemudahan dalam mengakses permodalan dari perbankan. Pada sisi lain, sektor perbankan juga mendapat jaminan atas bantuan modal yang diberikan kepada pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo.

Pengemasan/Packaging. Semakin ketatnya persaingan di sektor industri kreatif tentu menuntut para pelakunya untuk semakin kreatif agar produk yang dihasilkan dikenal dan diminati konsumen. Kemasan menjadi salah satu upaya pelaku industri kreatif agar produk yang dihasilkan semakin kompetitif. Kemasan dalam hal ini tidak semata-mata menjadi tempat dan pelindung, tetapi menjadi identitas produk. Kemasan sebuah produk menyediakan informasi yang dibutuhkan konsumen sekaligus menjadi alat promosi. Daya tarik sebuah kemasan dengan demikian menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli sebuah produk, termasuk produk industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo.

Tantangan pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo selanjutnya berkaitan dengan kemasan, di mana banyak produk kreatif yang dihasilkan tidak dibarengi dengan *packaging* yang menarik. Fakta ini disampaikan oleh informan yang tergabung dalam Asosiasi Makanan dan Minuman Sidoarjo berikut.

"...Nah iya produknya Sidoarjo ini sebenarnya bagus pak, cuma ya memang kalo saya lihat dari packagingnya mereka alakadarnya. Dari distributor atau investor itu kebanyakan mau membeli produk tapi meminta untuk mengganti packaging dulu..."

Informan lain dari sektor industri kreatif yang lain juga menyampaikan pendapat serupa.

"...Kalo sisi yang saya lihat dari produk, kualitasnya sudah bagus cuman mereka masih butuh pendampingan untuk packaging..."

Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo sejatinya memahami pentingnya kemasan dalam sebuah produk. Mereka memahami dengan kemasan yang menarik dan khas, maka sebuah produk akan memiliki pangsa pasar tersendiri. Meskipun demikian untuk mendapatkan kemasan yang sesuai dengan keinginan pelaku industri kreatif

ternyata tidak mudah. Hal ini sebagaimana disampaikan informan berikut ini.

"...saya sendiri juga sebenarnya bergerak dalam bidang usaha juga, namun bukan usaha mamin, saya mengkombinasikan batik. Saya batiknya juga buat sendiri, desain sendiri, saya buat menjadi sprai. Nah disini saya juga terkendala di packaging. Saya terkendala di mana cari packaging yang bagus biar mempunyai nilai lebih..."

Kondisi tersebut menurut informan memberikan dampak signifikan bagi upaya pemasaran produk industri kreatif. Pernyataan ini mendukung studi Alyani (2019) yang menemukan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kemasan dengan minat beli konsumen. Kabupaten Sidoarjo sebenarnya memiliki usaha kemasan/*packaging* yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri kreatif. Meskipun demikian, tidak semua pelaku industri kreatif mampu mendapatkannya. Pelaku industri kreatif yang umumnya UMKM tentu mengalami kesulitan manakala harus memenuhi minimum order sebesar 2.000 buah. Jumlah tersebut tentu belum sebanding dengan jumlah produksi yang mereka lakukan.

Prasarana Pendukung. Tantangan lain yang dihadapi komunitas dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo berkaitan dengan prasarana pendukung. Prasarana memegang peranan penting dalam mendukung sarana produksi industri kreatif yang ada. Keberadaan sarana produksi yang dimiliki pelaku industri kreatif tidak dapat memberikan dampak signifikan manakala tanpa dukungan prasarana yang memadai. Prasarana yang memadai dalam mendukung pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo nampaknya masih jauh dari ideal. Kondisi ini sebagaimana dikeluhkan oleh salah satu informan manakala menjelaskan salah satu kegiatan kuliner berikut ini.

"...Namun yang jadi kendala juga teman-teman cabut duri itu tempatnya kemproh (jorok). Itu yang jadi persoalan. Nyuwun sewu (minta maaf) pak, itu sing jenenge lemek (itu yang namanya alas), telanan kandel tanah (talenan penuh tanah). Kalau disyuting masya Allah. Tempatnya aja saya sampai seneb (sakit perut) waktu DPR datang, dibawahnya becek..."

Prasarana yang memprihatinkan tidak hanya pada usaha cabut duri ikan bandeng. Masyarakat yang membuka usaha kuliner seafood juga kurang memperhatikan ketersediaan prasarana yang layak. Mereka pada umumnya membuka usaha kuliner di pinggir aliran sungai dengan bangunan yang dibilang ala kadarnya. Konsumen saat ini mungkin masih melimpah, tetapi seiring berjalannya waktu jika ada tempat yang lebih indah dan bersih ditambah dengan produk dan harga yang bersaing, maka akan kondisi saat ini dapat menjadi bumerang. Kekhawatiran ini tidak terlepas dari sikap konsumen yang semakin peduli dengan faktor keindahan dan kesehatan.

Prasarana pendukung yang dikeluhkan komunitas tidak selalu terkait dengan proses produksi. Pelaku industri kreatif juga mengeluhkan keterbatasan prasana pendukung untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan. Mereka mengaku selama ini kesulitan untuk mendapatkan tempat yang representatif untuk memasarkan produk kreatif. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh informan berikut ini.

"...kita memang butuh tempat lebih luas lagi untuk memasarkan produk-produk kita. Kita butuh satu tempat untuk memasarkan produk kita. Seperti Surabaya..."

"...Jadi memang benar perkembangan seni rupa di Sidoarjo relatif tidak bagus, faktornya banyak. Dari faktor sarana dan prasarana seperti yang diceritakan oleh teman-teman. Belum adanya tempat yang representatif..."

Informan lain menyampaikan harapan akan keberadaan prasarana yang representatif serta mampu mengkolaborasikan berbagai komunitas yang ada.

"...Alangkah indahnya pemerintah membuat galeri yang strategis dari sisi tempat, strategis, sehingga dari 16 subsektor ini bisa dikumpulkan dalam satu wadah agar dapat silang produk, bekerja sama. Misalkan fotografi bisa membantu mengambil gambar produk kriya dan lain sebagainya..."

Informan berharap Kabupaten Sidoarjo memiliki tempat khusus untuk membantu promosi produk-produk yang dihasilkan pelaku industri kreatif. Keberadaan prasarana yang representatif dapat menunjukkan tingkat kepedulian suatu daerah dalam

mengembangkan industri kreatif, demikian pula sebaliknya. Prasarana di Kabupaten Sidoarjo yang kurang representatif dapat mengancam keberadaan pelaku ekonomi kreatif, sebagaimana disampaikan informan berikut ini.

"...Kalau melihat Sidoarjo sendiri, belum ada tempat yang representatif bagi kita, sehingga kalo boleh saya bilang, banyak pelukis Sidoarjo yang akhirnya memilih untuk ke luar daerah, seperti Bali, Jogja, Jakarta dan Bandung. Karena di sana apa, kepedulian lingkungan sosialnya besar..."

"...yang saya soroti ruang pameran di Sidoarjo sebenarnya ada, tapi ya itu-itu aja. Impian kami yang lebih representatif, jujukannya orang-orang ada, pameran disini orang sudah tahu, branded tempatnya mereka sudah tau. Lah selama ini banyak orang Sidoarjo larinya ke Surabaya..."

Kabupaten Sidoarjo menurut informan belum mampu menyediakan sebuah ekosistem yang membuat pelaku industri kreatif nyaman. Keberadaan prasarana pendukung yang memadai akan mempengaruhi kinerja pelaku usaha industri kreatif (Hermayanty, 2017; Syamsurizal *et al.*, 2018) termasuk di Kabupaten Sidoarjo.

Informan yang lain juga mengeluhkan ketiadaan ruang publik kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Pemerintah dalam hal ini dituntut dapat menyediakan tempat yang representatif sebagai wadah bagi seluruh komunitas untuk mendiskusikan banyak hal berkaitan dengan pengembangan industri kreatif. Kebutuhan ini sebagaimana disampaikan oleh informan berikut ini.

"...Mungkin perlu banyak alternatif tempat yang perlu disediakan oleh dinas Sidoarjo, khususnya yang berkaitan dengan kebudayaan, untuk mengembangkan, dikemas secara profesional..."

"...kita butuh satu tempat untuk berdiskusi, dan mensinergikan usaha masing-masing. Kalo di Surabaya namanyapowerding space, tempat para ahlinya berkumpul, sharing session dan lain sebagainya"

Keberadaan tempat yang aktif mendiskusikan permasalahan industri kreatif

tentunya akan memberikan daya dukung positif bagi upaya pengembangannya.

Pemasaran/Marketing. Pemasaran menjadi salah satu kunci keberhasilan sebuah produk diterima konsumen. Masyarakat sebagai konsumen tidak akan mengenal suatu produk manakala tidak didukung oleh pemasaran. Produk biasa tetapi didukung dengan pemasaran yang optimal tentu dapat bersaing dengan produk berkualitas tetapi tanpa dukungan pemasaran yang memadai.

Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo juga mengeluhkan kurang maksimalnya pemasaran terhadap produk kreatif yang mereka hasilkan. Informan memberikan contoh adanya workshop melukis jilbab kepada ibu-ibu. Proses pelatihan tidak menemui banyak kendala, bahkan dapat dikatakan hasilnya memuaskan. Tantangan muncul tatkala peserta pelatihan mampu menghasilkan produk sendiri. Hal ini sebagaimana diungkap informan berikut ini.

"...Namun yang jadi kendala, setelah mereka banyak melukis jilbab, ada kalanya kami bingung, hasil produksi tersebut dijual kemana?..."

Pengelolaan usaha secara konvensional oleh sebagian pelaku industri kreatif juga menjadikan pemasaran menjadi tantangan tersendiri. Pelaku industri kreatif yang umumnya UMKM menjadikan mereka menangani semuanya sendiri, mulai dari produksi hingga pemasaran. Kondisi ini tentunya menghabiskan banyak energi para pelaku industri kreatif yang sudah banyak tersita di proses produksi. Dampaknya mereka seringkali mengalami kesulitan ketika memasuki proses pemasaran produk kreatif yang dihasilkan. Kondisi ini sejalan dengan temuan Fawaid (2017) yang menyatakan pemasaran konvensional kurang optimal dalam menjual sebuah produk jika dibandingkan dengan pemasaran digital.

Pemerintah Kabupaten Sidoarjo diharapkan oleh komunitas dapat berperan aktif dalam memasarkan produk industri kreatif yang dihasilkan. Salah satu upaya yang dapat ditempuh adalah membuat kebijakan untuk mendukung pemasaran produk industri kreatif. Salah satu informan menjadikan Kota Surabaya sebagai contoh.

"...walikotanya menginstruksikan pada setiap hotel untuk meletakkan produk UKM nya di sebuah ruangan. Wajib hukumnya, seluruh corner hotel diisi oleh UKM, terlebih kriya..."

Melalui sinergitas tersebut, informan berharap industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo dapat semakin berkembang serta memberikan dampak signifikan bagi ekonomi daerah.

Tantangan terkait dengan pemasaran menurut beberapa informan tidak selamanya terkait dengan faktor eksternal. Mereka menyoroti *networking* antar komunitas yang belum terjalin dengan baik. Pada saat penelitian ini dilakukan, Kabupaten Sidoarjo masih belum memiliki sebuah organisasi yang mewadahi jejaring industri kreatif setempat. Pendapat ini mendukung temuan Nurani (2019), di mana belum terjalannya kemitraan menjadi salah satu faktor penghambat UMKM. Dampaknya pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo berjalan parsial, termasuk dalam mendukung pemasaran.

Kondisi tersebut tentu memberikan dampak bagi pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh informan-informan berikut ini.

"...sama halnya dengan kami yang bergerak dalam bidang asesoris, itu ada asosiasinya lagi namanya PERABA (Perkumpulan Pengrajin Perhiasan Asesoris dan Batu Mulia) Provinsi Jawa Timur. Di Kabupaten Sidoarjo, secara spesifik kami belum ada...."

"...Kalo di Jatim ada AHJ, nah di Sidoarjo ini memang belum ada. Sehingga teman handycraft butuh omah, tapi dimanakah kita melihat produk UKM-nya Sidoarjo?..."

Informan meyakini jika pelaku industri kreatif Kabupaten Sidoarjo memiliki wadah, maka mereka akan memiliki bargaining power yang kuat. Dengan demikian mereka dapat menentukan nasib pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo.

Sumberdaya. Sumberdaya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam sebuah entitas bisnis, termasuk dalam hal ini industri kreatif. Sumberdaya dalam industri kreatif meliputi sumberdaya bahan baku dan sumberdaya manusia. Keduanya menjadi elemen tidak terpisahkan dalam pengembangan industri kreatif. Tantangan yang dihadapi komunitas dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo dengan demikian berkaitan dengan bahan baku dan sumberdaya manusia.

Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo menghadapi tantangan terkait ketersediaan bahan baku. Informasi yang disampaikan menyebutkan bahwa pada industri

kreatif tertentu seperti kriya, ketersediaan bahan baku lokal kurang mencukupi. Akibatnya banyak pelaku industri kreatif yang sangat tergantung dengan bahan baku dari luar negeri.

"...masalah bidang asesoris, bahan baku yang asalnya dari China berupa batu. Dengan adanya MEA pendapatan turun drastis..."

Kondisi ini menjadikan produk yang dihasilkan para pelaku industri kreatif kurang kompetitif terutama dalam aspek harga. Keterbatasan bahan baku menjadikan produksi mereka tidak optimal serta harga jual menjadi tinggi sehingga pendapatan mereka berkurang. Kondisi ini sejalan dengan temuan studi yang menyebutkan bahwa bahan baku berpengaruh positif terhadap pendapatan baik secara langsung (Cita dan Karmini, 2019) maupun tidak langsung melalui produksi (Laksana dan Jember, 2018). Studi yang lain juga mengkonfirmasi bahwa bahan baku memiliki pengaruh yang signifikan (Istanti dan Karmini, 2016) dalam meningkatkan kapasitas produksi suatu industri (Cahyadinata dan Darsana, 2018).

Tantangan lain yang harus dihadapi komunitas dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo adalah terkait dengan sumberdaya manusia/*human capital*. Sebagai sebuah industri yang sangat bergantung pada kreatifitas manusia, maka *human capital* menjadi modal penting dalam pengembangan industri kreatif. Rosmadi (2018) menyebutkan bahwa sumberdaya manusia menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan industri kreatif. Keberadaan sumberdaya manusia yang kreatif dan berkompeten menjadi tantangan tersendiri bagi komunitas dalam mendukung pengembangan industri kreatif.

Tantangan tidak hanya berkaitan dengan kuantitas manusia kreatif di Kabupaten Sidoarjo, tetapi juga kualitas mental mereka. Salah satu informan menyoroti masalah mentalitas pelaku industri kreatif.

"...ada satu masalah krafter-krafter Sidoarjo namun ber KTP di luar Sidoarjo, sehingga mereka canggung, padahal sebenarnya kreasinya potensial..."

Salah satu fakta yang dikemukakan oleh informan adalah cukup banyak para pengrajin kriya yang bukan tercatat sebagai penduduk Kabupaten Sidoarjo. Mereka acapkali menggunakan identitas daerah asal mereka, padahal mereka memiliki potensi yang cukup menjanjikan. Kondisi tersebut memaksa mereka

berkarya di Kota Surabaya yang karakternya lebih terbuka terhadap pendatang.

Meskipun kualitas sumber daya manusia pengrajin di Kabupaten Sidoarjo juga tidak mengecewakan, tetapi jika para pengrajin pendatang tersebut tertampung di Kabupaten Sidoarjo tentunya jauh lebih baik. Secara kuantitas tentunya jumlah sumber daya manusia yang berkualitas di bidang kriya semakin meningkat. Keadaan ini tentunya akan meningkatkan daya saing industri kreatif Kabupaten Sidoarjo. Pemerintah dan stakeholder terkait dengan demikian memiliki tugas besar untuk mencari solusi terbaik bagi permasalahan tersebut.

Tantangan dalam hal sumberdaya manusia lainnya yang harus dihadapi komunitas adalah berkaitan dengan penguasaan teknologi informasi. Elemen ini menjadi sangat penting dalam era digital dewasa ini. Selain menjadi salah satu dimensi dalam penentuan peringkat sebuah sub sektor industri kreatif di suatu daerah. Pemanfaatan teknologi informasi juga berperan penting dalam mendukung kinerja industri kreatif. Keberadaan teknologi informasi menurut Riki (2019) menjadikan kegiatan bisnis pelaku usaha menjadi efektif dan efisien. Meskipun demikian studi Angelia dan Gultom (2020) menemukan bahwa pengaruh positif terhadap kinerja industri kreatif sangat bergantung pada jenis sub sektornya.

Penguasaan teknologi informasi para pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo tidak jarang belum optimal. Kehadiran berbagai aplikasi yang dapat membantu para pelaku usaha industri kreatif kurang dimanfaatkan. Kenyataan ini disampaikan oleh salah satu informan berikut ini.

"...kadang-kadang suruh belajar IT yang gimana gitu agak susah. Jadi ya mungkin bisa dibantu dengan membuat sesuatu yang lebih mengena dan dipahami bagi ibu-ibu para pelaku usaha yang masih mengalami zaman baheula..."

Informan juga menambahkan tidak jarang para pelaku industri kreatif menjadi resisten terhadap penggunaan teknologi informasi. Mereka mengaku mengalami kesulitan sehingga kembali menggunakan cara-cara konvensional.

Strategi Mengembangkan Industri Kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Tantangan pengembangan industri kreatif dalam rangka mendukung pariwisata Kabupaten Sidoarjo yang disampaikan komunitas tentu memerlukan perhatian serius dari banyak pihak. Keberadaan aktor pentahelix yang terdiri dari *Academics*

(*Akademisi*), *Business Sector* (Swasta), *Communities* (Komunitas), *Government* (Pemerintah), dan *Media* (ABCGM) (Sutrisno and Anitarsi, 2019) diharapkan mampu berkolaborasi dengan baik guna mengatasi berbagai tantangan di atas. Studi yang dilakukan Heryani, *et al.*, (2020) menemukan bahwa kemitraan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja dan daya saing industri kreatif. Dukungan dan sinergitas pentahelix dalam program kemitraan dengan demikian sangat menentukan berkembang tidaknya industri kreatif.

Berbagai upaya yang perlu dilakukan untuk mengembangkan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo antara lain: *Pertama*, terkait dengan pola pikir (mindset) masyarakat dan pelaku industri kreatif, maka Pemerintah Kabupaten Sidoarjo bersama aktor yang lain perlu terus memberikan pemahaman yang benar mengenai industri kreatif. Salah satunya melalui kegiatan pendidikan, pelatihan maupun pendampingan yang sejalan dengan semangat Revolusi Mental. Masyarakat melalui kegiatan tersebut dapat diedukasi mengenai pentingnya menghargai sebuah karya kreatif. Pada sisi pelaku industri kreatif juga harus terus diberikan pemahaman untuk tidak mudah berpuas diri, sehingga dapat merespon setiap tuntutan perubahan yang terjadi.

Pola pikir memegang peranan yang sangat penting bagi kelangsungan sebuah usaha, termasuk di bidang industri kreatif. Menjadikan pola pikir sebagai salah satu tantangan dalam pengembangan industri kreatif tentu sangat tepat, mengingat keberadaannya yang sangat penting. Tantangan pola pikir ini sejalan temuan Rambe (2017) yang menyebutkan bahwa mindset pelaku usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pola pikir juga memiliki keterkaitan dengan perilaku kewirausahaan seseorang (Prastiwi *et al.*, 2019). Dengan demikian apabila usaha industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo ingin berhasil dan berkembang harus didukung pola pikir yang kreatif dan inovatif.

Kedua, terkait dengan aksesibilitas permodalan. Pelaku industri kreatif yang sebagian besar merupakan UMKM umumnya sulit mengakses modal pada lembaga keuangan. Tantangan ini memerlukan sentuhan tangan dingin pemerintah sebagai regulator sekaligus fasilitator. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo sebagai regulator dapat membuat kebijakan yang dapat mempermudah akses permodalan pelaku industri kreatif, salah satunya melalui pengembangan akses. Apabila selama ini sektor perbankan menjadi andalan satu-satunya akses permodalan pelaku industri kreatif, maka

pemerintah dapat memfasilitasi peningkatan permodalan melalui sektor non-perbankan.

Pemerintah Kabupaten Sidoarjo juga dapat memfasilitasi terbentuknya koperasi atau organisasi sejenis bagi pelaku industri kreatif. Hal ini dilakukan selain untuk meningkatkan posisi tawar juga mempermudah akses permodalan terhadap lembaga keuangan. Terdapat studi yang menunjukkan bahwa UMKM yang tergabung dalam wadah koperasi memiliki peluang tiga kali lebih besar untuk mengakses permodalan dari lembaga keuangan (Diana, 2019).

Ketiga, berkaitan dengan masalah pengemasan produk industri kreatif. Aktor-aktor yang terlibat dalam pentahelix perlu memberikan perhatian lebih kepada masalah pengemasan produk. Tantangan ini memegang peranan yang tidak kalah penting bagi keberhasilan sebuah produk industri kreatif diterima pasar. Selain kualitas produk, kemasan dan *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Pesoth, 2015) dan minat beli (Mufreni, 2016) konsumen.

Kolaborasi antar pelaku usaha industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo dapat didorong untuk mengatasi tantangan tersebut. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dapat mengambil peran sebagai fasilitator bagi pembentukan wadah untuk mereka berorganisasi dan berkolaborasi. Keberadaan pengusaha industri kreatif sub sektor desain grafis diharapkan dapat memainkan peran dalam mengatasi tantangan tersebut. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo juga memainkan peran krusial untuk mengatasi tantangan keempat terkait dengan prasarana pendukung. Pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo saat ini mendapatkan momentum yang sangat tepat pasca Pilkada Serentak Tahun 2020. Bupati dan Wakil Bupati terpilih menjadikan prasarana pendukung industri kreatif sebagai salah satu program prioritas dalam membangun Kabupaten Sidoarjo lima tahun kedepan. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo berencana membangun Sidoarjo Youth Center guna mengakselerasi daya saing industri kreatif (Dimas, 2021).

Keberadaan Sidoarjo Youth Center diharapkan memberikan dampak yang signifikan bagi penyediaan prasarana pendukung industri kreatif lainnya. Keberadaan prasarana pendukung yang kurang memadai akan mempengaruhi pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Dalam ini akan mempengaruhi kinerja para pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Pemasaran yang menjadi tantangan kelima dalam pengembangan industri kreatif di

Kabupaten Sidoarjo juga akan bergantung pada pemenuhan prasarana pendukung. Dalam hal ini Pemerintah Kabupaten Sidoarjo bersama dengan aktor pentahelix tidak semata berfokus pada prasarana fisik. Mereka juga perlu memikirkan teknik pemasaran yang efektif dan menjangkau semua sub sektor yang ada.

Pelaku usaha industri kreatif kembali menaruh harapan besar kepada Pemerintah Kabupaten Sidoarjo untuk memfasilitasi pemasaran berbagai produk kreatif yang mereka hasilkan. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dapat memaksimalkan kegiatan misi dagang guna membuka pangsa pasar bagi industri kreatif yang ada. Jejaring yang telah terbangun pada beberapa sub sektor juga perlu diperkuat untuk memperluas jangkauan hasil produk kreatif Kabupaten Sidoarjo dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Digital marketing menjadi sebuah keharusan bagi pelaku industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo ketika ingin meningkatkan penjualan produknya. Digital marketing menjadi media promosi yang paling efektif dan efisien untuk meningkatkan volume penjualan (Pradiani, 2018) serta mempengaruhi kinerja penjualan produk UMKM (Hendrawan *et al.*, 2019).

Selanjutnya, terkait dengan tantangan sumberdaya dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dapat memainkan peran sebagai regulator dalam upaya menjamin ketersediaan bahan baku industri kreatif. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo melalui instansi terkait juga berupaya menjaga agar bahan baku tersebut tidak hanya tersedia, tetapi juga terjangkau. Dalam rangka menjalankan peran tersebut, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo perlu membangun jejaring dengan pemerintah daerah lain baik di tingkat Kabupaten/Kota maupun Provinsi. Jejaring tersebut tentunya juga melibatkan aktor-aktor pentahelix sehingga mampu memberikan kontribusi baik dari sisi *demand* maupun *supply*.

Strategi menghadapi tantangan di bidang sumberdaya manusia dapat dilakukan sejalan dengan upaya mengubah mindset melalui penyediaan pelatihan. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo juga dapat memainkan perannya dengan mendorong pembentukan lembaga pendidikan kreatif baik formal maupun non formal. Keberadaan lembaga-lembaga tersebut penting bagi penyediaan sumberdaya manusia kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Keberadaan sekolah-sekolah vokasi di Kabupaten Sidoarjo merupakan modal penting untuk menyediakan sumberdaya manusia kreatif. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo perlu memberikan masukan kepada Dinas Pendidikan dan Kebudayaan

Provinsi Jawa Timur untuk mewujudkan penerapan manajemen kurikulum berbasis industri kreatif. Dalam hal ini kurikulum tersebut disesuaikan dengan karakteristik industri kreatif yang ada di Kabupaten Sidoarjo.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dalam persepektif komunitas yang ada di Kabupaten Sidoarjo terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam pengembangan industri kreatif. *Pertama*, pola pikir/mindset masyarakat dan pelaku industri kreatif. Masyarakat umumnya kurang menghargai nilai kreatifitas, sedangkan para pelaku industri kreatif di tengah perubahan yang semakin dinamis enggan keluar dari zona nyaman. *Kedua*, sulitnya mengakses permodalan dari sektor perbankan karena rendahnya tingkat kepercayaan kepada pelaku industri kreatif. *Ketiga*, kurang menariknya kemasan produk industri kreatif. *Keempat*, prasarana pendukung industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo yang masih belum memadai karena tingkat kepedulian pemerintah yang masih rendah. Kondisi ini sedikit banyak berimplikasi pada tantangan *kelima* yaitu pemasaran produk kreatif Kabupaten Sidoarjo serta tantangan terakhir berkaitan dengan ketersediaan sumberdaya baik bahan baku maupun manusia. Strategi untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi seluruh aktor yang tergabung dalam pentahelix. Pemerintah sebagai fasilitator dan regulator menjadi katalisator bagi upaya mengatasi tantangan tersebut. Pelatihan, pendidikan dan kurikulum diperlukan untuk merubah mindset masyarakat dan pelaku industri kreatif sekaligus penyediaan sumberdaya manusia kreatif di Kabupaten Sidoarjo. Pengembangan sektor non-perbankan penting untuk memperluas akses pelaku industri kreatif terhadap modal pada lembaga keuangan. Pembentukan sebuah wadah yang menampung pelaku industri kreatif juga dapat dilakukan untuk meningkatkan *bargaining power* terkait kebutuhan pengembangan mulai dari prasarana hingga penyediaan bahan baku, termasuk aksesibilitas permodalan. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo juga perlu membangun jejaring yang luas dan fleksibel guna menjamin ketersediaan bahan baku yang terjangkau. Pada aspek pemasaran, digital marketing dapat menjadi salah satu solusi untuk memperluas pangsa pasar.

REKOMENDASI

1. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo harus memanfaatkan momentum kepala daerah baru untuk mengembangkan industri kreatif;
2. Aktor-aktor yang terlibat dalam pentahelix harus didorong berkolaborasi guna menindaklanjuti berbagai strategi pengembangan tersebut. Salah satunya mendorong terwujudnya Sidoarjo Youth Center yang akan menjadi episentrum pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo;
3. Komunitas kreatif yang ada di Kabupaten Sidoarjo sebagai obyek sekaligus subyek penting dalam pengembangan industri kreatif terus menjalin koordinasi dan komunikasi melalui berbagai saluran yang ada.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, khususnya Bappeda yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh perwakilan komunitas ekonomi kreatif yang telah rela meluangkan waktu dan pikiran untuk pengembangan industri kreatif di Kabupaten Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyani, N. 2019. *Pengaruh Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Tahun 2017-2018 Home Industry Cutecake Jl. Nyai Enat Palangka Raya*. Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.
- Angelia, F. and Gultom, Y. 2020. 'Peran Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia', *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 15(2), pp. 1-26.
- Anjaningrum, W. D. and Sapoetra, Y. A. 2018. 'Pengaruh Entrepreneurship, Business Coaching, Mentoring, dan Komunitas Kreatif Terhadap Kinerja Industri Kreatif (Studi pada Industri Kreatif yang Tergabung dalam Malang Creative Fusion)', *Jurnal JIBEKA*, 12(1), pp. 83-92.
- Budiani, S. R. et al. 2018. 'Analisa Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah', *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), p. 115. doi: 10.22146/mgi.33755.
- Cahyadinata, I. W. P. and Darsana, I. B. 2018. 'Pengaruh Upah, Modal, Bahan Baku dan Tenaga Kerja terhadap Produksi Industri Kerajinan Kayu di Kabupaten Gianyar', *E-Jurnal EP Unud*, 7(2), pp. 324-353.
- Cita, I. M. A. P. and Karmini, N. L. 2019. 'Pengaruh

- Bahan Baku, Kewirausahaan dan Pengalaman Kerja Terhadap Produksi dan Pendapatan Industri Kuliner Rumah Makan', *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(7), pp. 741-771.
- Dewanti, I. S. and Soeprapto, A. 2019. 'Pengembangan Pariwisata Perkotaan Berbasis Komunitas: Studi Pada Kampung Wisata Dipowinatan Yogyakarta', *Jurnal Administrasi Bisnis (JABIS)*, 17(1), pp. 58-66.
- Dewi, R. P. 2017. 'Perancangan Sistem Pengelolaan Sampah untuk Mendukung Perkembangan Industri Kreatif di Daerah Pariwisata', in *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK Ke-3 (SENDI_U 3)*. Semarang: Universitas Stibank Semarang, pp. 217-221.
- Diana, R. 2019. 'Analisis Aksesibilitas Permodalan Usaha Mikro Kecil Pada Lembaga Keuangan Formal Di Provinsi Sumatera Barat', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 27(1), pp. 67-80. doi: 10.14203/jep.27.1.2019.67-80.
- Dimas. 2021. 'Pemkab dan DPRD Sidoarjo Matangkan Pembahasan Program Youth Center', *Sidoarjonews.id*, 29 June. [Online] Dari: <https://sidoarjonews.id/pemkab-dan-dprd-sidoarjo-matangkan-pembahasan-program-youth-center/>.
- Fawaid, A. 2017. 'Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa', *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(1), pp. 104-119. doi: 10.19105/iqtishadia.v4i1.1134.
- Gultom, M. D. 2021. *Pengaruh Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Fashion Wanita di Rynboutique Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Handayani, T. and Sari, R. A. 2020. 'Ekonomi Kreatif: Pemetaan Kendala dan Analisis Strategi Kebijakan Pemerintah Studi Kasus pada Kota Bengkulu', *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 4(1), pp. 19-29. doi: 10.35870/emt.v4i1.126.
- Handini, Y. D. 2020. 'Pengembangan Industri Kreatif Kafe Kopi Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata di Kabupaten Bondowoso', *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), pp. 73-84. doi: 10.19184/jtc.v4i1.14557.
- Hendrawan, A. et al. 2019. 'Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantarsari Cilacap', *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*, 4(1), pp. 50-61.
- Herlano, D. and Kurniawan, P. A. (2021) *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020*. Jakarta.
- Hermayanty, I. 2017. 'Pengaruh Sarana dan Prasarana Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai di Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Sumedang', *Journal of Regional Public Administration (JRPA)*, 2(1), pp. 43-48.
- Heryani, H., Legowo, A. C. and Nugroho, I. P. 2020. 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi', *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), pp. 290-298. doi: 10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290.
- International Monetary Fund. 2021. *World Economy Outlook, April 2021: Managing Divergent Recoveries*, International Monetary Fund. Washington DC: International Monetary Fund Publication Services.
- Istanti, Y. and Karmini, N. L. 2016. 'Pengaruh Bahan Baku, Tenaga Kerja dan Investasi Terhadap Produksi Serta Ekspor Keramik di Kabupaten Tabanan', *E-Jurnal EP Unud*, 5(2), pp. 276-297.
- Kreatif, Badan Ekonomi. 2019. *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2019*. Jakarta.
- Laksana, I. N. B. and Jember, I. M. 2018 'Pengaruh Tenaga Kerja, Bahan Baku dan Produksi terhadap Pendapatan Pengrajin Industri Kerajinan Kayu di Kabupaten Gianyar', *E-Jurnal EP Unud*, 7(8), pp. 1679-1707.
- Margunani, Setiawan, A. B. and Kistanti, N. R. 2019. 'Kajian Aksesibilitas UMKM dan IKM Terhadap Lembaga Keuangan di Kota Semarang', *Jurnal Riptek*, 13(2), pp. 147-157.
- Muchlashin, A. 2021. 'Strategi Pemberdayaan Ekonomi Komunitas Berkebutuhan Khusus Melalui Industri Kreatif di Sidosermo Indah, Surabaya', *Equilibrium : Jurnal Pendidikan*, IX(2), pp. 134-142.
- Mufreni, A. N. 2016. 'Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)', *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), pp. 48-54.
- Nurani, M. 2019. *Analisis Faktor-faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nurchayati and Ratnawati, A. T. 2016. 'Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata Di Kabupaten Semarang', in Soeparno et al. (eds) *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan Call For Papers UNISBANK (SENDI_U) Ke-2 : Kajian Multi Disiplin Ilmu Dalam Pengembangan IPTEKS untuk Mewujudkan Pembangunan Nasional Semesta Berencana (PNSB) sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Global*. Semarang: Univesitas Stikubank Semarang, pp. 810-819.
- Peraturan Daerah Kabupaten Sidoarjo Nomor 6 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2014-2025. Indonesia.
- Perdana, F. R. 2019. 'Ketahanan Keluarga Berbasis Kearifan Lokal Penunjang Industri Kreatif Pariwisata', *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), pp. 1-13. doi:

10.30738/sosio.v5i2.4730.

Pesoth, M. C. 2015. 'Pengaruh Kualitas Produk, Packaging, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Rokok Dunhill di Kota Manado', *Jurnal EMBA*, 3(3), pp. 1101–1112.

Pradiani, T. 2018. 'Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan', *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia (JIBEKA)*, 11(2), pp. 46–53. doi: 10.32812/jibeka.v11i2.45.

Prastiwi, N. L. P. E. Y., Ningsih, L. K. and Suardika, I. K. 2019. 'Pola Pikir dan Perilaku Kewirausahaan UMKM di Buleleng, Bali', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), pp. 61–70. doi: 10.38043/jimb.v4i1.2159.

Prihatin, I. U. 2021. *Menlu Retno Dorong Peran Industri Kreatif dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Global*, merdeka.com. [Online] Dari: <https://www.merdeka.com/uang/menlu-retno-dorong-peran-industri-kreatif-dalam-upaya-pemulihan-ekonomi-global.html> (Diakses: 10 October 2021).

Purwanto, D. A., Poernomo, A. T. and Annuryanti, F. 2017. 'Pengembangan Industri Kreatif Sirup Jamu Sehat Untuk Pemberdayaan Posdaya di Kabupaten Sidoarjo', *Jurnal Layanan Masyarakat*, 1(1), pp. 1–9.

Rambe, Y. S. 2017. *Pengaruh Mindset Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pakaian di Jalan Halat Medan*, *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Sumatera Utara.

Riki. 2019. 'Dampak Era Revolusi Teknologi Informasi dengan Industri Kreatif Digital Ala E-Commerce Tokopedia', *Khazanah Ilmu Berazam*, 2(1), pp. 71–79.

Rosmadi, M. L. N. 2018. 'Analisis Faktor Penunjang Pengembangan Usaha Industri Susu Karamel Cisondari Kabupaten Bandung', *Jurnal Manajemen Dewantara*, 2(2), pp. 77–86.

Sentosa, F. 2019. 'Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salads di Pakuwon Mall Surabaya', *AGORA*, 7(2).

Sigit, S. 2018. *Pemkab Sidoarjo Kembangkan Ekonomi Kreatif*, www.sidoarjokab.go.id. [Online] Dari: <https://www.sidoarjokab.go.id/pemkab-sidoarjo-kembangkan-ekonomi-kreatif>.

Sudirman, F. A., Susilawaty, F. T. and Adam, A. F. 2020. 'Peluang dan Tantangan Pengembangan Industri Kreatif Kuliner dalam Pencapaian SDGs', *Societas: Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial*, 9(1), pp. 12–24.

Suparman. 2017. 'Industri Kreatif Seni Grafis Sablon Cetak Saring Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa

Krembung Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo', *Penamas Adi Buana*, 02, pp. 19–26.

Sutrisno and Anitasari, H. 2019. 'Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Dengan Identifikasi Penta Helix Di Kabupaten Bojonegoro', *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 3(2), pp. 89–108.

Syamsurizal, Putra, A. R. and Haninun. 2018. 'Pengaruh Pengawasan, Sarana-Prasarana, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Bandar Lampung', *Jurnal Visionist*, 7(2), pp. 40–45.

Tutun, Seliari. 2019. 'Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berdasarkan Rantai Nilai Industri Kreatif Destinasi Pariwisata', *Jurnal Koridor*, 9(1), pp. 151–159. doi: 10.32734/koridor.v9i1.1327.

Yanuar, B. 2020. *Kunjungi Sidoarjo, Kemenparekraf Serap Aspirasi Komunitas Seni dan Pegiat Medsos*, rri.co.id. [Online] Dari: <https://rri.co.id/surabaya/jawa-timur/919091/kunjungi-sidoarjo-kemenparekraf-serap-aspirasi-komunitas-seni-dan-pegiat-medsos> (Diakses: 11 October 2021).

Yuliatwati, A. K. et al. 2020. 'Peningkatan Kapasitas Komunitas Pariwisata Desa Tentang Pariwisata Kreatif di Belitung Timur', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 4(1), pp. 33–39.

Yusri, N., Asmariati, R. and Mardianto, R. G. 2019. 'Rencana Pengembangan Sentra Industri Kreatif', *Jurnal REKAYASA*, 08(02), pp. 161–178.