

PEMETAAN INTELLECTUAL CAPITAL

INDUSTRI KREATIF DI JAWA TIMUR

Gendut Sukarno *)
Wulan Retno Wigati *)
Sulastrri Irbayuni *)
Mas Anienda Tien Fitriyah *)

Abstract

One of approach used in knowledge asset (knowledge property/asset) assessment and measurement was Intellectual Capital that comprised of 3 main elements of Human Capital, Structural Capital, and Relational Capital. Creative industry is industry with uniqueness and put more emphasize on creativity, innovation and individual talent utilization require maximum management.

This research intended to find model, on how correct intellectual capital component would be, and find actual description of Human Capital, Structural Capital as well as Relational Capital principles for creative industry in East Java. Samples in this research were leader/management/owner of 5 creative industry sub-sectors in 9 cities of East Java (Surabaya, Pasuruan, Probolinggo, Mojokerto, Batu, Malang, Kediri, Blitar, and Madiun) with 45 people respondents as samples. Analysis technique utilized in this research was Spider Plot Diagram.

Survey and discussion result showed that Intellectual Capital Mapping on 5 (five) creative industry sub-sectors in East Java demonstrated that Relational Capital was more dominant followed by Human Capital, and Structural Capital as the least dominant.

Keywords: *Intellectual Capital, Human Capital, Structural Capital, Relational Capital, Spider Plot, Creative industry.*

Pendahuluan

Kehadiran persaingan dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sulit untuk dihindari. Indonesia harus mulai mempersiapkan diri jika tidak ingin menjadi sasaran empuk

*) *Fakultas Ekonomika dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur*

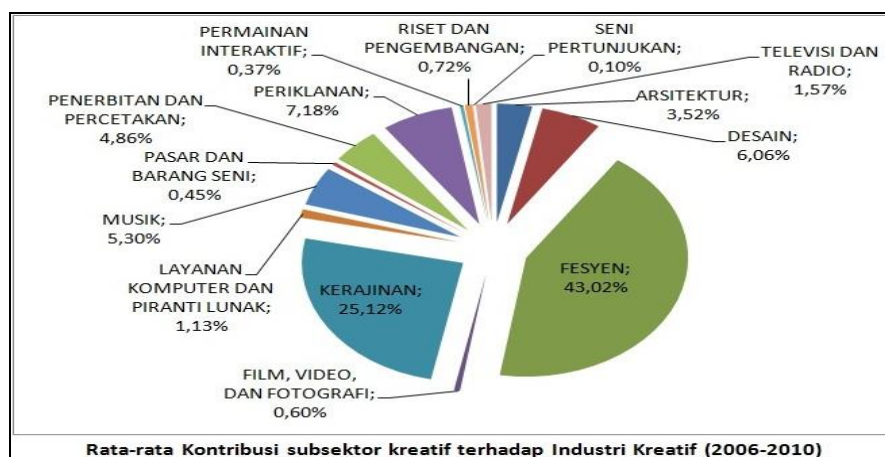
masuknya produk-produk negara anggota ASEAN kedalam negeri. Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang dimulai pada 2015 membawa suatu peluang sekaligus tantangan bagi ekonomi Indonesia. Dengan diberlakukannya MEA pada akhir 2015, negara anggota ASEAN akan mengalami aliran bebas barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terdidik dari dan ke masing-masing negara.

Melalui MEA akan terjadi integrasi yang berupa “free trade area” (area perdagangan bebas), penghilangan tarif perdagangan antar negara ASEAN, serta pasar tenaga kerja dan pasar modal yang bebas, akan sangat berpengaruh pada pertumbuhan dan pembangunan ekonomi tiap negara. Untuk menghadapi era pasar bebas se-Asia Tenggara itu, dunia usaha harus mengambil langkah-langkah strategis agar dapat menghadapi persaingan dengan negara ASEAN lainnya, tak terkecuali sektor industri kreatif.

Terkait dengan hal tersebut Pemerintah telah menerbitkan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai dasar bagi seluruh pemangku kepentingan dalam mengembangkan 14 sektor ekonomi kreatif. Sub-sektor industri kreatif tersebut : Periklanan, Arsitektur, Pasar Seni dan Barang Antik, Kerajinan, Desain, Fashion, Video-Film-dan Fotografi, Permainan Interaktif, Music, Seni Pertunjukan, Penerbitan dan Percetakan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Televisi dan Radio, Riset dan Pengembangan. Industri kreatif yang telah dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang terdiri dari 14 bidang, Fasyen dan kerajinan merupakan subsektor yang dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi. Kedua jenis industri ini menjadi lokomotif dalam perkembangan industri kreatif nasional. “Kontribusi fashion dan kerajinan jauh mengungguli kontribusi jenis industri kecil lainnya. Baik dalam nilai tambah, tenaga kerja jumlah perusahaan, maupun ekspornya,” (DirJen. Industri Kecil dan Menengah dalam pembukaan pameran fashion dan kerajinan bertema "Indonesia arid Craft 2013" di Jakarta, Kamis [27/6].

Dari 14 sektor tersebut, nilai tambah yang dihasilkan subsektor fesyen dan kerajinan cukup dominan, berturut-turut sebesar 43,02% dan 25,12% dari total kontribusi sektor industri kreatif.

Gambar 1. Rata-Rata Kontribusi Subsektor Kreatif Terhadap Industri Kreatif Th 2008-2014



Namun demikian beberapa sub sektor industri kreatif mempunyai kontribusi yang memprihatinkan sangat rendah yaitu sub sector : Seni pertunjukan (0,10%); Permainan interaktif (0,37%); Pasar dan barang seni (0,45%); Film, video, foto graphie (0,60%); Riset & pengembangan (0,72%). Terkait dengan tindak lanjut hal tersebut, persiapan Koperasi dan UKM nasional untuk menghadapi era MEA sudah cukup baik “Sejauh ini persiapan Koperasi dan UKM kita untuk menghadapi era MEA 2015 ini cukup bagus. Salah satu faktor hambatan utama bagi sektor Koperasi dan UKM kreatif (industri kreatif) untuk bersaing dalam era pasar bebas adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) pelaku KUKM yang secara umum masih rendah (Menteri Koperasi dan UKM Syarief Hasan). Dalam kaitan dengan semakin ketatnya persaingan usaha, industri kreatif di Indonesia harus memaknai bahwa sukses bersaing organisasi bisa dicapai dengan pengelolaan SDM (karyawan) potensial yang dimilikinya. SDM bisa dijadikan sebagai sumber keunggulan kompetitif lestari serta tidak mudah ditiru pesaing karena sukses bersaing yang diperoleh dari pengelolaan SDM secara efektif tidak setransparan mengelola SDM lainnya.

Sejumlah pihak juga menilai hingga saat ini pemerintah belum mempunyai kebijakan yang komprehensif menghadapi MEA yang sudah berjalan dalam waktu 1 tahun. Padahal, negara lain seperti Malaysia, Singapura dan Thailand sudah mempunyai strategi khusus agar negara mereka bisa mengambil keuntungan optimal di pasar bebas ASEAN tersebut. Memasuki MEA pada 2017 ini, Indonesia tampaknya belum mampu melakukan persiapan dengan baik terkait dengan pembenahan Human Capital (merupakan salah satu komponen dari Intellectual Capital). Hal tersebut terlihat dalam indikator Human Development Index (HDI) 2013 yang dirilis UNDP (United Nations Development Programme), Corruption Perceptions Index (CPI) 2013 yang dikeluarkan Transparency

International, dan Indeks Daya Saing Global (Global Competitiveness Index/GCI) 2013–2014 yang dikeluarkan World Economic Forum(WEF).

Dari sisi kekuatan human capital, Indonesia terbilang masih tertinggal dengan beberapa negara tetangga. Angka HDI Indonesia terbilang masih rendah, yakni hanya sebesar 0,62 dan tergabung dalam kelompok negara dengan HDI kategori medium human development. HDI nya masih berada jauh di bawah Singapura (0,89) dan Brunei (0,85) yang mampu tampil sangat maju dalam kelompok negara dengan HDI kategori very high human development. Malaysia juga juga cukup jauh di atas Indonesia dengan HDI sebesar 0,76 dan tergolong dalam kategori negara high human development.

Salah satu pendekatan yang dibutuhkan oleh UKM (termasuk industry kreatif) dalam menghadapi persaingan bisnis adalah pendekatan Intellectual Capital (IC) yang terdiri atas Human Capital (HC), Structural/Organizational Capital (OC), dan Relational/External Capital (EC), dan menjadi penentu utama keberhasilan UKM (Loureiro dan Pedro, 2012).

Studi Kepustakaan

Studi Empirical

Rujukan peran Intellectual Capital dalam menopang kinerja industri kreatif diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Santos Helena et.al (2011) dalam penelitiannya yang berjudul “System of Innovation and innovative SMEs: A Model to Measure the Intellectual Capital of SMEs”. Sampel dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang berjumlah 140 UKM yang berada di Spanyol, dengan teknik analisis SEM (Structural Equation Model). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Human Capital yang merupakan dimensi Intellectual Capital mampu memberikan kontribusi terhadap Commulative Growth Rate UKM di Spanyol. Temuan penelitian lainnya oleh Huang dan Hsueh (2007) “A Study On The Relationship Between Intellectual Capital And Business Performance : A Path Analysis”. Kombinasi antara kapabilitas, kompetensi, kepuasan, keberlanjutan karyawan akan menciptakan produktivitas human capital. Penelitian tersebut menghasilkan temuan Human Capital yang merupakan dimensi Intellectual Capital berhubungan secara positif dengan Business Performance. Demikian pula dengan penelitian Seleim et al (2007), dan F-Jardo’n dan Markos (2009). Penelitian Sharabati, et al (2010), menunjukkan bahwa variabel-variabel Intellectual Capital (Intellectual Capital termasuk Human Capital) berpengaruh signifikan dan positif dengan Business Performance (BP). Demikian pula dengan penelitian Chen et al (2004) yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara

Intellectual Capital dan enterprise performance. Penelitian Cabrita dan Bontis (2007) juga menyatakan hasil yang sama bahwa masing-masing variabel Intellectual Capital (Human Capital, Structural Capital, dan Relational Capital) berinteraksi dengan Business Peerformance.

Kondisi industry kreatif di Indonesia yang terurai dalam latar belakang penelitian di atas menimbulkan rasa pesimisme untuk mampu bersanding dan bersaing dengan negara maju. Namun harapan untuk mampu menjadikan Indonesia Emas ditengah AFTA tak berarti pupus begitu saja, dengan membangun suatu kekuatan besar dimana tiap unsur yang tergabung dalam negara haruslah sinergis dan partisipatif.

Studi Teoritical

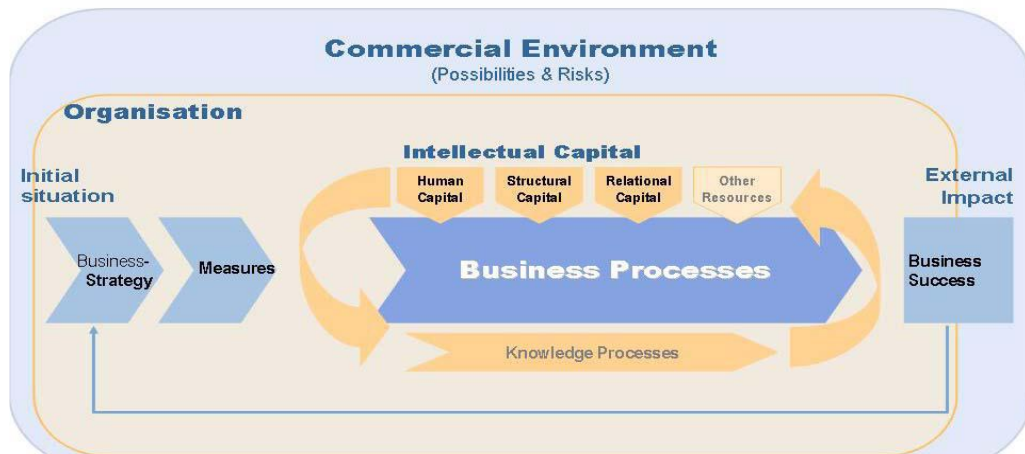
1. Intellectual Capital Dalam Industri Kreatif

Beberapa penulis memberikan definisi yang berbeda-beda tentang modal intelektual. Stewart (1997) mendefinisikan intellectual capital sebagai materi intelektual yaitu pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual, pengalaman yang digunakan untuk menciptakan kesejahteraan. Ia mengemukakan bahwa pengetahuan telah menjadi faktor produksi yang penting dan oleh karenanya aset intelektual harus dikelola oleh perusahaan.

Mouritsen (1998) mendefinisikan intellectual capital sebagai suatu proses pengelolaan teknologi yang mengkhususkan untuk menghitung prospek perusahaan di masa yang akan datang, Sedangkan menurut Reilly (1992) intellectual capital dalam kategori intangible asset merupakan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi, konsumen, kontrak, proses data, modal personal, pemasaran, lokasi, dan goodwill. Definisi ini masih luas dan mencakup hampir semua dimensi aset intangible.

Pada gambar dihalaman berikut terlihat bahwa Bisnis Proses (BP) merupakan rantai kegiatan dalam organisasi. BP menggambarkan interaksi dari Human Capital, Structural capital, Relational Capital. Sedangkan Business Succes (BS) merupakan hasil atau goal yang dicapai institusi (dalam InCas, 2008).

Intellectual capital statement (ICS) terdiri dari 3 elemen utama yaitu Human Capital (HC), Structural Capital (SC), Relational Capital (RC) . Adapun definisi dari 3 elemen utama tersebut adalah sebagai berikut :



Sumber : InCas (2008) *Intellectual Capital Statement made in Europe*.

- Human Capital merupakan kemampuan seseorang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam perusahaan, serta mampu menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dalam pekerjaan.
- Structural Capital merupakan kemampuan karyawan dalam perusahaan untuk memenuhi proses yang ada di dalamnya dan struktur yang mendukung dalam menghasilkan kinerja Intellectual yang optimal.
- Relational capital merupakan asset intangible yang membangun dan mengatur hubungan baik dengan customer, karyawan, pemerintah, stakeholder, dan competitor lainnya serta dengan mitra kerja yang dapat muncul dari bagian di luar perusahaan.

Di Indonesia, sejauh ini belum banyak kajian tentang Intellectual Capital (IC) di industri kreatif. Pentingnya optimalisasi IC bagi Industri Kecil Menengah juga didukung beberapa penelitian, diantaranya adalah penelitian Cohen dan Kaimenakis (2007) yang menyatakan bahwa pengelolaan IC berkontribusi positif terhadap kinerja perusahaan kecil dan menengah (Small and Medium Sized Enterprises atau SME's) di Yunani. Penelitian F-Jardon dan Martos (2009) tentang pengelolaan IC di Argentina menyatakan bahwa dimensi dari IC yakni structural capital berpengaruh secara langsung terhadap kinerja SME's kayu yang ada di Argentina. Sedangkan dimensi yang lain seperti human capital dan relational capital berpengaruh secara tidak langsung yakni melalui structural capital terhadap kinerja perusahaan kayu (SME's) yang ada di Argentina.

Penelitian yang terkait dengan tema penelitian Intellectual Capital diantaranya pernah dilakukan oleh **Sukarno** (2013) dalam : *Pertumbuhan Industri Kreatif Fesyen Melalui Human Capital Dan Perubahan Institusi*, temuan yang dihasilkan adalah bahwa Modal

Intelektual (dalam focus Human Capital) mempunyai kontribusi terhadap kinerja industri. Dari sisi kekuatan human capital, Indonesia terbilang masih tertinggal dengan beberapa negara tetangga. Keberadaan modal insani (Human Capital) di Indonesia memang memprihatinkan. Hal tersebut tercermin sebagaimana :Angka HDI Indonesia terbilang masih rendah, yakni hanya sebesar 0,62 dan tergabung dalam kelompok negara dengan HDI kategori medium human development. HDI nya masih berada jauh di bawah Singapura (0,89) dan Brunei (0,85) yang mampu tampil sangat maju dalam kelompok negara dengan HDI kategori very high human development (**Sukarno**, 2016). Sejalan dengan hal tersebut menurut **Sukarno dan Sawitri** (2014) dalam : The Human Capital And The Institutional Changes Of Trio ABG In Fashion Creative Industries, temuan yang dihasilkan adalah Human Capital mempunyai kontribusi yang berarti terhadap kinerja industry kreatif.

Telah banyak dimengerti dan diketahui bahwa pengembangan IPTEK merupakan sumber terbentuknya iklim inovasi sebagai pijakan dan menginspirasi munculnya Modal kreativitas sumber insani (Human Capital), yang pada saatnya dapat menjelma menjadi sumber pertumbuhan daya saing ekonomi. Namun demikian, komponen Structural capital dan Relational capital tidak dapat diabaikan begitu saja, hal tersebut sebagai diketahui bahwa Relational capital merupakan kemampuan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Membangun hubungan dan perhatian yang lebih konstruktif dengan pelanggan terpilih dan terseleksi lebih penting dalam memperluas sukses pemasaran jangka panjang dibandingkan hanya mengejar target pengumpulan perhatian publik dalam skala yang lebih luas (Purwanto, 2015 dalam Khoe Yaou Tung, 1997)

2. Industri Kreatif Di Jawa Timur

Besarnya kontribusi ekonomi suatu sektor industri, seringkali menjadi pertimbangan pemerintah berbagai negara untuk memilih industri yang akan dikembangkan di negara tersebut, hal tersebut juga berlaku untuk industri kreatif. Di Indonesia sendiri, tahun 2004-2013, sektor industri kreatif rata-rata memberikan kontribusi nilai tambah sebesar 7,74% dan kontribusi penyerapan tenaga kerja sebesar 7,76%. Dibandingkan dengan 6 negara di atas, posisi strategis industri kreatif Indonesia relatif sama dengan Amerika dan Inggris, dan jauh lebih besar dari negara Australia, Selandia Baru, Taiwan, dan Singapura. Dalam hal penyerapan tenaga kerja, posisi strategis industri kreatif Indonesia adalah yang terbesar dibandingkan 6 negara tersebut. Melihat kondisi ini, sangat tepat jika pemerintah telah menetapkan kementerian baru yang khusus mengelola ekonomi kreatif, yaitu Kementerian

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang sekarang telah diambil alih oleh Badan Ekonomi Kreatif.

Terkait dengan produk inovatif dan kreatif, Pemerintah telah menerbitkan Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai dasar bagi seluruh pemangku kepentingan dalam mengembangkan 14 sektor ekonomi kreatif yang terdiri : Periklanan, Arsitektur, Pasar Seni dan Barang Antik, Kerajinan, Desain, Fashion, Video-Film-dan Fotografi, Permainan Interaktif, Music, Seni Pertunjukan, Penerbitan dan Percetakan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Televisi dan Radio, Riset dan Pengembangan. Industri kreatif sebagai determinan dari ekonomi kreatif merupakan “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut” (Departemen Perdagangan RI, 2008). Menurut UK DCMS Task Force (1998) “Creatives industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”. Modal utama dari industri kreatif (UKM kreatif) adalah ide kreatif yang diolah di dalam otak manusia. Sarana produksi utama dari industri kreatif (UKM kreatif) adalah gagasan/ ide/ pengetahuan, serta proses utamanya yaitu menciptakan dan mengolah gagasan / ide / pengetahuan tersebut menjadi produk/jasa yang bernilai tinggi bagi pembeli (**Irbayuni, 2015** dalam : Model Strategi Pemasaran Kerajinan Mebel di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur).

Jawa Timur mempunyai posisi yang strategis di bidang industri karena diapit oleh dua provinsi besar yaitu Jawa Tengah dan Bali, sehingga menjadi pusat pertumbuhan industri maupun perdagangan. Jawa Timur mempunyai potensi di bidang Pertanian, Perkebunan, Niaga, Holtikultura, Perikanan, dan Sumberdaya Egergi lainnya serta potensi industri yang cukup bagus (**Wigati, 2012** dalam : Competitive Advantage Through “SANTRI” Community In Improving Performanve). Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur tahun 2013 tumbuh sebesar 6,55 persen dibandingkan dengan tahun 2012. Semua sektor mengalami pertumbuhan positif, dengan pertumbuhan tertinggi di sektor pengangkutan dan komunikasi sebesar 10,43 persen, sedangkan terendah di sektor pertanian sebesar 1,59 persen. Ekonomi kreatif semakin tumbuh dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan di Jawa Timur.

Mengutip harian Bisnis Indonesia, industri kreatif memberikan kontribusi rata-rata 7,13 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) selama periode 2010-2014. Pada 2010,

sumbangan ekonomi kreatif terhadap PDB tercatat sebesar Rp 473 triliun, sementara pada 2013 jumlahnya meningkat mencapai Rp 641 triliun. Kontribusi industri ini terhadap PDRB di Surabaya dan Jawa Timur cukup baik. Ketua Bidang Industri Kreatif, Teknologi Informasi, dan Media Hipmi Jatim menyatakan, di Surabaya tahun 2012, industri kreatif memberikan kontribusi sebesar 7 persen atau sekitar Rp 12,3 triliun dari total PDRB Surabaya. Di Jawa Timur, industri ini menyumbang Rp 54 triliun per tahun terhadap PDRB Jawa Timur (Fitriyah, 2015 dalam : Model Pengembangan keuangan Inklusif Pada Sentra Usaha kecil Menengah Di Jawa Timur). Industri fesyen dan kerajinan memiliki kontribusi besar, paling menonjol, dan mendominasi di sektor industri kreatif nasional. Pertumbuhan industri kreatif tertinggi secara nasional masih berada di Jakarta, Jawa Barat (Bandung), Jawa Tengah (Jogjakarta) dan Bali. Sementara Jawa Timur masih di bawahnya, sedikit lebih rendah. Kekuatan utama dari industri kreatif bukanlah coverage pada bidang industrinya, tetapi menurut terletak pada intellectual property exploitationnya, artinya dengan menciptakan karya, si kreator berhak atas royalti atas eksploitasi karya itu di kemudian hari.

Tujuan Penelitian dan Mafaat, Kontribusi Hasil

Beberapa hal yang merupakan tujuan khusus dalam penelitian ini antara lain meliputi:

- a. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bagaimanakah komponen-komponen intellectual capital yang tepat untuk industri kreatif di Jawa Timur.
- b. Untuk mendapatkan gambaran nyata kaidah Human Capital; Structural Capital serta Relational Capital industri kreatif di Jawa Timur.

Adapun manfaat serta kontribusi hasil adalah diharapkan dapat diperoleh temuan baru dalam kaitannya dengan intellectual capital (modal intelektual) yang meliputi human capital; structural capital serta relational capital (HC, SC, RC) yang diterapkan pada industri kreatif di Jawa Timur, sehingga dapat digunakan untuk menyiapkan model terbaru dalam pengelolaan UKM kreatif yang mendukung penelitian terapan. Secara empiris, penelitian ini bermanfaat dalam menjelaskan peran Intellectual Capital Statement dalam UKM kreatif yaitu industry kreatif di Jawa Timur. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literature manajemen mengenai pengembangan teori yang berkaitan dengan peranan human capital, structural capital, dan relational capital dalam mengevaluasi intellectual capital statement.

Sedangkan kontribusi penelitian ini secara komprehensif diantaranya untuk pengentasan kemiskinan yang sering merupakan issue global yang berkelanjutan. Konsep pemikiran yang tertuang dalam mengatasi issue global tersebut adalah Pemberdayaan yang terdiri dari : pembinaan, pengembangan dan kemitraan, sebagai sarana untuk empowerment (memberdayakan SDM) dalam pengelolaan pengembangan ekonomi lokal, termasuk didalamnya adalah produk/hasil dari daerah tersebut baik berupa kerajinan, ukiran, desain seni UKM kreatif (industri kreatif) guna meningkatkan kreatifitas, inovasi dan ketrampilan. Dalam pengembangan ekonomi lokal tersebut diantaranya mengembangkan Usaha Kecil Menengah, yang dalam perkembangannya menjadi UKM Kreatif atau industry kreatif. Tahapan tahapan tersebut dilakukan melalui kebijakan public & human resources, dan komersialisasi (pemasaran) serta pendanaan dari perbankan. Tahapan selanjutnya melalui harmonisasi social yang terkait penyelarasan dengan produk unggulan yang dihasilkan UKM dan industry kreatif. Melalui pengembangan ekonomi makro yang termasuk didalamnya : kebijakan fiscal dan moneter, perdagangan domestik, hingga sampai pada perdagangan internasional. Tahapan tahapan tersebut akan meruncing pada tercapainya tujuan akhir.

Demikian juga mengacu pada konsep penelitian ini memandang bahwa isu global dalam perkembangan dan pertumbuhan UKM, bahwa salah satu faktor hambatan utama bagi sektor Koperasi dan UKM kreatif (industri kreatif) untuk bersaing dalam era pasar bebas adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) pelaku KUKM yang secara umum masih rendah. Dari sisi kekuatan human capital (yang merupakan bagian dari Intellectual Capital), Indonesia terbilang masih tertinggal dengan beberapa negara tetangga. Rendahnya Intellectual Capital tersebut perlu dikelola melalui pemberdayaan UKM Kreatif/ industry kreatif untuk menghasilkan kreatifitas, inovasi bagi pelaku industry kreatif yang pada gilirannya akan meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan lapangan kerja.

Metode Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Jawa Timur dengan sasaran kota (dh. Kotamadya), sehingga terdapat 9 kota yaitu : Surabaya, Pasuruan, Probolinggo, Malang, Batu, Mojokerto, Kediri, Blitar, dan Madiun. Pertimbangan dipilihnya daerah tersebut karena secara realita industri kreatif sebagian besar berkembang di kota Metropolitan, propinsi hingga kota yang

mendukung aktivitas industri kreatif yang banyak memerlukan unsur informasi, teknologi, kreativitas, inovasi.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh sub sektor (14 Sektor) industri kreatif di Jawa Timur. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik/pimpinan/pengelola 5 sub sektor industri kreatif yang mempunyai kontribusi yang memprihatinkan sangat rendah yaitu sub sector : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan yang berada di 9 kota di Jawa Timur sebanyak 45 responden sebagai sampel.

Teknik Analisis

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis Deskriptif dan analisis Diagram Spider Plot (Grafik radar) adalah metode grafis menampilkan data multivariat dalam bentuk grafik dua dimensi dari tiga atau lebih variabel kuantitatif diwakili sumbu mulai dari titik yang sama. Namun demikian karena penelitian ini merupakan Hibah dari DRPM Ristek Dikti dalam PTUPT (Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi) yang masih dalam proses, maka teknis analisis yang digunakan masih menggunakan teknik analisis Deskriptif.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Analisis Data

1. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan di Surabaya

Surabaya merupakan sebuah kota di ujung timur Pulau Jawa. Kota Surabaya sebagai kota Metropolitan ke II setelah Jakarta terkenal dengan beberapa industri kreatif yang dibuat oleh warganya. Surabaya siap menjadi pusat industri kreatif nasional karena memiliki potensi besar yang didukung kualitas sumber daya manusia (SDM) dan mampu memunculkan berbagai ide kreatif bernilai ekonomis. Industri Kreatif Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan merupakan kelompok 379ndustry kreatif yang sangat memprihatinkan pertumbuhannya, kontribusinya terhadap PDRB kurang dari 1%. Ke 5 (lima) sub 379ndust 379ndustry kreatif tersebut sebagian secara 379ndustr memang merupakan kelompok 379ndustry kreatif yang lahirnya dalam kurun waktu belum terlalu lama atau tidak banyak dikonsumsi masyarakat 379ndust. Sebagaimana seni pertunjukan meliputi kegiatan kreatif

yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik-tradisional, musik-teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan. Seni pertunjukan merupakan salah satu sub industri kreatif yang paling termarginalkan dalam pertumbuhan kota Metropolitan Surabaya. Seni seperti tersebut di atas tidak banyak orang yang berminat menekuni dan mengkonsumsi. Yang lebih memprihatinkan pelaku dari seni pertunjukan semakin termarginalkan oleh seni yang lebih modern. Terkait dengan sub sektor seni pertunjukan di Surabaya, secara umum dapat ditemukan beberapa jenis seni pertunjukan diantaranya : seni ludruk, seni tari tradisional, seni tari kontemporer, seni drama, musik tradisional. Surabaya sebagai kota metropolis, sehingga seni pertunjukan yang ditemukan sebagian besar sudah banyak tercampur dengan seni pertunjukan yang memainkan perkembangan IT dan komunikasi. Hal tersebut sebagai misal seni ludruk sudah banyak ditayangkan lewat tayangan siaran radio, yang kemungkinan bisa berupa hasil rekaman. Seni tari banyak diwarnai tari kontemporer dan modern yang lebih banyak dimintai anak-anak mahasiswa. Demikian juga seni musik tradisional seperti campur sari sudah banyak dihiasi dengan musik elektrik seperti elektone, gitar listrik, maupun alat musik elektronik lainnya.

2. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphic; Riset & pengembangan di Pasuruan

Kota Pasuruan adalah sebuah kota di Provinsi di Jawa Timur. Kota ini terletak 60 km sebelah tenggara Surabaya, ibu kota provinsi Jawa Timur dan 355 km sebelah barat laut Denpasar, Bali. Kota Pasuruan merupakan salah satu kabupaten/kota yang sangat peduli terhadap upaya pengembangan ekonomi kreatif. Arah kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Blitar berpedoman pada arah dan kebijakan nasional yang mengacu pada sinergitas, kolaborasi dan peran dari individu kreatif dengan 3 aktor utama yaitu pemerintah, cendikia, dan pengusaha. Bupati Kabupaten Pasuruan Irsyad Yusuf mengatakan, dengan memajukan sektor industri ekonomi kreatif ini dapat menurunkan angka kemiskinan daerahnya. “Pertumbuhan ekonomi Pasuruan 6,7%, di atas pertumbuhan ekonomi Jatim dan nasional. Angka kemiskinan mengalami penurunan jadi 11,15% dengan adanya pengembangan ekonomi kreatif ini,” tutur Irsyad (Detik Finance, 16/7/2014 diakses 19/4/2017, pukul 16.51).

Terkait dengan industry kreatif sub sector Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan sebagaimana di kota Surabaya, di kota Pasuruan perkembangannya juga tidak jauh berbeda. Artinya dari ke 5 (lima) sub sector tersebut pertumbuhannya juga memprihatinkan, seperti halnya juga sub sector film, video, foto graphie maupun sub sector riset & pengembangan. Adapun yang lebih banyak eksistensi di Pasuruan yaitu Seni pertunjukan, dan sub sector barang seni.

Terkait dengan seni pertunjukan di Pasuruan, terdapat salah satu kesenian pertunjukan yang secara lambat laun semakin termarginalkan yaitu seni pertunjukan jaranan. Kesenian jaranan adalah suatu seni tari yang menggunakan instrumen berupa anyaman bambu atau daun pandan yang dibentuk sedemikian rupa hingga mirip seperti kuda. Tarian jaranan ini populer di daerah Jawa bagian timur, mulai dari Ponorogo, Kediri, Tulungagung, Nganjuk, Malang bahkan sampai Banyuwangi. Sedangkan sub sector Pasar dan barang seni berasal dari pemanfaatan limbah laut yang banyak dijumpai di kawasan pesisir di Kabupaten Pasuruan, yang berhasil menyulap barang-barang tak terpakai tersebut menjadi produk kerajinan bernilai seni tinggi.

3. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan di Probolinggo

Kota Probolinggo adalah sebuah kota di Provinsi di Jawa Timur diujung timur. Terletak sekitar 100 km sebelah tenggara Surabaya, Kota Probolinggo berbatasan dengan Selat Madura di sebelah utara, serta Kabupaten Probolinggo di sebelah timur, selatan, dan barat. Probolinggo merupakan kota terbesar keempat di Jawa Timur setelah Surabaya, Malang, dan Kediri menurut jumlah penduduk. Kota ini terletak di wilayah Tapal Kuda, Jawa Timur dan menjadi jalur utama pantai utara yang menghubungkan Pulau Jawa dengan Pulau Bali. Industri kreatif kota Probolinggo lebih cenderung 381 industr wisata kreatif dan hasil kerajinan laut.

Terkait dengan industry kreatif sub sector Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan sebagaimana di kota Surabaya, dan kota Pasuruan perkembangannya juga tidak jauh berbeda. Terutama sub sector permainan interaktif, sub sector film, video, foto graphie maupun sub sector riset & pengembangan pertumbuhannya sangat minim. Jikapun ada, dari ke 5 (lima) sub sector tersebut yang masih ada kegiatannya adalah sub sector seni pertunjukan serta sub sector Pasar dan barang seni.

Terkait dengan seni pertunjukan, di Probolinggo, terdapat sejumlah seni tradisi yang patut dijaga kelestariannya. Peminat seni tradisional yang antaranya Ludruk Probolinggo, Seni Glipang, Tari Sapi Pajengan, Tari Topeng Tengger, dan Kemplang Bergending ini semakin surut bahkan terancam punah. Selain tidak ada penerus bagi kesenian-kesenian tradisional, apresiasi seni tradisi terhambat pula karena mahal biaya untuk menampilkan suatu pertunjukan. Untuk ludruk, sekali tampil warga harus menyediakan dana sekitar Rp25 juta. Bila dibandingkan dengan organ tunggal yang hanya Rp1 juta, umumnya lebih banyak disewa saat acara seperti pernikahan. Jaran Bodhag adalah kesenian tradisional yang berasal dari Probolinggo Jawa Timur. Jaran Bodhag mulai muncul dan dikenal oleh masyarakat Kota Probolinggo sejak zaman awal kemerdekaan. Adapun terkait dengan sub sector Pasar dan barang seni di Probolinggo, yang perkembangannya cukup lumayan adalah seni kerajinan Gerabah yang menghasilkan kerajinan seperti guci, pot bunga, celengan, hiasan rumah, bunga tangkai, asbak, patung hias, tempayan, anglo, kuali serta bentuk kerajinan lainnya.

4. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphic; Riset & pengembangan di Blitar

Blitar merupakan sebuah kota yang terletak di bagian selatan Provinsi Jawa Timur. Blitar terletak sekitar 167 km sebelah barat daya Surabaya dan 80 km sebelah barat Malang. Selain disebut sebagai Kota Proklamator dan Kota Patria, kota ini juga disebut sebagai Kota Peta (Pembela Tanah Air) karena di bawah kepemimpinan Soeprijadi.

Sejalan dengan kota-kota lain di Jawa Timur, ke 5 (lima) sub sector industri kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphic; Riset & pengembangan sebagaimana di kota Surabaya, dan kota Pasuruan perkembangannya juga tidak jauh berbeda, di mana pertumbuhannya mengalami kendala, baik dari pelakunya maupun konsumennya. Sub sector seni pertunjukan serta sub sector kerajinan masih dapat dikatakan aktivitas produksi dan pemasarannya masih cukup lumayan.

Seni pertunjukan di Blitar diantara terdiri dari seni ketoprak, seni jemblung, seni wayang orang, seni drama/ teater, seni jaranan. Dari beberapa seni pertunjukan diatas, seni jemblung nyaris punah. Selama ini yang kita ketahui tentang kesenian tradisional rakyat Jawa, terutama di daerah Jawa Timur mungkin hanyalah wayang, jaranan atau reog, tetapi ternyata ada kesenian tradisional yang menggabungkan antara seni tradisional Jawa dengan selingan dakwah Islam. Memang agak asing di telinga mendengar kata jemblung. Maklum, kesenian ini mulai tidak dikenal oleh masyarakat. Keberadaan mulai terpinggirkan seiring

semakin banyaknya kesenian modern yang digandrungi oleh masyarakat, sehingga Kesenian Jemblung dianggap kuno dan ketinggalan zaman.

Beberapa komoditi industry kreatif telah menjadi andalan bagi Kota Blitar, di antaranya adalah bubutan kayu yang menghasilkan berbagai macam barang kerajinan dari kayu. Sentra 383ndustry kerajinan kayu, mebel ukiran kayu dan lampu hias terdapat di Kecamatan Kepanjen kidul Kota Blitar. Produk unggulan kerajinan lainnya di Blitar adalah: Kendang jimbe, kerajinan kayu gambol, kerajinan Bubut Kayu, Kerajinan Batu Onix, Batik Khas, Kerajinan Perak, kerajinan Gerabah dan bentuk kerajinan tangan lainnya.

5. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan di Malang

Malang adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 90 km sebelah selatan Surabaya dan merupakan kota terbesar di kedua di Jawa Timur setelah Surabaya, serta merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia menurut jumlah penduduk. Selain itu, Malang juga merupakan kota terbesar kedua di wilayah Pulau Jawa bagian selatan setelah Bandung. Kota Malang berada di dataran tinggi yang cukup sejuk, dan seluruh wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Malang. Kota Malang memiliki potensi yang luar biasa untuk terus dikembangkan menjadi kota yang kreatif. Pelaku industri kreatif di Malang makin berkembang pesat. Beberapa waktu yang lalu Wali Kota Malang melantik Komite Ekonomi Kreatif (KEK) dalam rangka memfasilitasi komunitas kreatif di Kota Malang. Langkah Kota Malang ini menyusul Bandung yang lebih dulu membentuk komite serupa. Komite yang beranggotakan sejumlah SKPD serta para penggiat industri kreatif ini diharapkan mampu menjadi katalisator bagi berkembangnya ekonomi kreatif di Kota Malang.

Terkait dengan sub sector indutri kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan sebagaimana di kota Jawa Timur lainnya, perkembangannya juga tidak jauh berbeda, di mana pertumbuhannya mengalami kendala, baik dari pelakunya maupun konsumennya. Hingga detik ini, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Malang mencatat ada sekitar 70 ribu pelaku UMKM di kota Malang. UMKM Malang dikenal dengan produknya yang bagus dan berkualitas, tak heran jika Malang dinobatkan sebagai kota branding dalam kegiatan Jatim Expo 2017 di Surabaya beberapa waktu lalu. Malang sangat kaya dengan pusat kerajinan, baik kerajinan tangan hingga yang industry. Diantaranya adalah kerajinan

keramik, kerajinan tangan rumahan, kerajinan rajut, kerajinan ukir kayu, kerajinan rotan, kerajinan saniter, dan kerajinan lainnya.

Selain terkenal akan kekayaan kuliner serta deretan bangunan kuno yang dimilikinya, Malang juga memiliki beberapa kesenian yang cukup berkembang dan dikenal masyarakat. Salah satu seni tersebut yang sangat digemari oleh masyarakat dan masih terus dilakukan hingga saat ini adalah kesenian bantengan. Seni ini masih banyak dilakukan di kampung-kampung, baik ketika ada acara tertentu maupun hanya sekedar sebagai hiburan. Kesenian bantengan sendiri merupakan sebuah seni pertunjukkan yang menggabungkan tarian, musik, seni bela diri, serta mantra-mantra yang biasanya mengandung magis. Dalam menjadi seekor banteng, seorang pemain sering kali akan mengalami tahap kesurupan arwah leluhur banteng sehingga kadang sering lepas kendali. Di samping itu seni tari lainnya adalah Tari Topeng diamping seni tari lain seperti tari tradisional maupun tari kontemporer.

6. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan di Batu

Kota Batu adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 90 km sebelah barat daya Surabaya atau 15 km sebelah barat laut Malang. Kota Batu berada di jalur yang menghubungkan Malang-Kediri dan Malang-Jombang. Kota Batu berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto dan Kabupaten Pasuruan di sebelah utara serta dengan Kabupaten Malang di sebelah timur, selatan, dan barat. Batu adalah daerah yg unik, karena memiliki potensi budaya “campuran” yg beragam, budaya khas beberapa daerah di daerah Jawa Timur lain ada di kota Batu. Batu sebenarnya adalah daerah persinggahan sejak jaman kerajaan. Jadi, potensi untuk menjadi pusat budaya justru sangat terbuka besar dengan hal tersebut. Budaya Persilangan dan Campuran dari berbagai daerah mustinya dilihat sebagai potensi besar untuk daya jual Kota Batu.

Terkait dengan industri kreatif sub sector Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan sebagaimana di kota Surabaya, dan kota Pasuruan perkembangannya juga tidak jauh berbeda dengan kota lain sebelumnya. Terutama sub sector permainan interaktif, sub sector film, video, foto graphie maupun sub sector riset & pengembangan pertumbuhannya sangat minim. Jikapun ada, dari ke 5 (lima) sub sector tersebut yang masih ada kegiatannya adalah sub sector seni pertunjukan serta sub sector Pasar dan barang seni. Beberapa kerajinan rajut di kota Batu

dapat ditemukan seperti halnya Kerajinan Rajut Tas dan Dompot Mia Craft itu cukup diminati, hingga dapat menembus pasar internasional. Demikian juga kerajinan seni dari tanaman. Hanya dengan bermodalkan pot saja, perajin dapat membuat kaktus dan beberapa tanaman lainnya menjadi terlihat menarik dan indah. Jika dilihat dari sub sector seni pertunjukan, kota Batu mempunyai beberapa seni pertunjukan yang khas, yaitu Seni tari sanduk yang merupakan seni tari khas kota wisata Batu. Sebuah tarian yang dimainkan oleh banyak orang dengan iringan musik tradisional khas tarian sanduk. Tari Sanduk dapat diikuti oleh siapa saja tidak ada batasan usia dan gender. Kebudayaan Tradisional di Kota Batu tumbuh dan berkembang dengan baik sebagai suatu tradisi budaya yang dipegang teguh masyarakatnya, Keindahan tradisi budaya Batu dapat dilihat pada pentas tari-tarian khas Batu, pada Sedekah Bumi dan kegiatan Bersih desa serta pentas Ludruk dan Campur Sari. Mengenai sub sector sub sector film, video, foto graphic, di Kota Batu lebih banyak terkait dengan beberapa kegiatan Nonton Bareng Festival Film Pendek dan sejenisnya, sebagaimana halnya Nonton Bareng (NOBAR) Film LIMA di Cinemaxx Lippo Plaza, kota Batu.

7. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphic; Riset & pengembangan di Kediri

Kota Kediri adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 130 km sebelah barat daya Surabaya dan merupakan kota terbesar ketiga di Jawa Timur setelah Surabaya dan Malang menurut jumlah penduduk. Kota Kediri memiliki luas wilayah 63,40 km² dan seluruh wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Kediri. Kota Kediri terbelah oleh sungai Brantas yang membujur dari selatan ke utara sepanjang 7 kilometer. Kediri dikenal merupakan pusat perdagangan utama untuk gula dan rokok terbesar di Indonesia. Kota Kediri, mempunyai hasil kreatif yang berupa Kain Tenun ikat yang sudah terkenal di samping kuliner Tahu Kuningnya. Pemerintah kota Kediri berkeinginan menggerakkan ekonomi rakyat, terutama 385 industry kreatif tradisional kain tenun ikat yang merupakan ciri khas kerajinan dari Kediri yang sudah terkenal (www.kedirikota.go.id, diakses 20/04/2018, pukul 0433).

Kediri mempunyai beberapa seni pertunjukan yang khas seperti : seni tari tradisional dan kontemporer, seni jaranan, seni drama, seni mocapat. Selain seni tersebut di atas terdapat seni pertunjukan yang jarang sekali dijumpai di kota lain yaitu seni wayang jemblung yang jumlahnya nyaris punah. Perkembangan seni wayang jemblung tersebut sangat lamban bahkan cenderung melemah, penyebabnya selain peminat seni tersebut sangat

jarang, juga akibat dari biaya pementasan yang tidak kecil. Orang atausangat jarang sekali jika punya hajat acara mendatangkan seni wayang jemblung. Kebanyakan lebih mudah dan praktis dengan mendatangkan player electone dan penyanyi. Ragam kesenian di Kabupaten Kediri tentunya tidak lepas dari sejarah kerajaan Kediri. Beberapa kesenian khas daerah yang dapat dinikmati wisatawan antara lain Seni Jaranan, dan lain lain. Kesenian Jaranan menyuguhkan berbagai atraksi menarik yang kadang mampu membangkitkan rasa takjub. Atraksi gerak pemain dengan diiringi tabuhan gamelan serta sesekali diselingi unsur magis menjadikan kesenian ini layak ditonton.

Di Kabupaten Kediri terdapat beberapa kesenian Jaranan yang dapat dinikmati diantaranya Jaranan Senterewe, Jaranan Pegon, Jaranan Dor, dan Jaranan Jowo.

8. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan di Mojokerto

Kota Mojokerto adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota Mojokerto terletak 50 km barat daya Surabaya. Mojokerto merupakan kota dengan luas wilayah terkecil di Jawa Timur dan seluruh wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto. Karena letaknya yang cukup strategis, 50 km arah barat Kota Surabaya, daerah ini menjadi hinterland kota metropolitan dan termasuk dalam Gerbangkertasusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan). Mojokerto mempunyai hasil industry kreatif sepatu dan sandal yang tidak hanya dipasarkan pada pasar industry lokal saja, namun juga dieksport ke Eropa (Jerman dan Belanda) serta kuliner kerupuk rambak, dan telur asin (Eastjava.com, diakses tgl 20/04/2016 pukul 06.15).

Terkait dengan sub sector indutri kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan sebagaimana di kota Jawa Timur lainnya, perkembangannya juga tidak jauh berbeda, di mana pertumbuhannya mengalami kendala, baik dari pelakunya maupun konsumennya, terutama sub sector Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan. Sub sector seni pertunjukan yang ada di Mojokerto walaupun semakin termarginalkan, namun masih ada beberapa nafas seni yang tetap dikembangkan. Seni pertunjukan yang ada di Kediri diantaranya adalah seni pertunjukan Ludruk. Di Mojokerto ludruk merupakan seni pertunjukan etika yang melekat dalam kehidupan sehari – hari di masyarakat. Ludruk memiliki unsur tarian, narasi lucu, pelawak dan pemain yang terdiri dari laki – laki semua, meskipun yang diperankan ada peran wanitanya. Seiring dengan berkembangnya ludruk, masuk juga pemain

perempuan. Tema yang terdapat di pertunjukkan ini umumnya berkaitan dengan kehidupan rakyat sehari – hari, perjuangan disertai dengan lawakan yang diiringi dengan alunan gamelan. Kabupaten Mojokerto merupakan daerah yang kaya akan ragam kesenian daerah. Salah satunya adalah Tari Mayang Rontek, yang merupakan tarian khas dari Kabupaten Mojokerto. Disamping itu terdapat salah satu seni yaitu seni bantengan. Seni Tradisional Bantengan, adalah sebuah seni pertunjukan budaya tradisi yang menggabungkan unsur sendra tari, olah kanuragan, dan syair/mantra yang sangat kental dengan nuansa magis.

9. Profil Sub Sektor Industri Kreatif : Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan di Madiun

Kota Madiun adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro di utara, Kabupaten Nganjuk di timur, Kabupaten Ponorogo di selatan, serta Kabupaten Magetan, dan Kabupaten Ngawi di barat. Ibukotanya adalah Kecamatan Mejayan sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.52 Tahun 2010. Kota Madiun memaknai industry kecil dan menengah (IKM) pengolahan sambal pecel, madumongso, kerupuk puli atau biasa disebut lempeng. Pemerintah Kota Madiun terus mengembangkan potensi produk unggulan 387 industry kecil dan menengah setempat guna menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat setempat.

Sebagaimana kota-kota di Jawa Timur lainnya, Kota Madiun juga mempunyai permasalahan yang sama terkait dengan perkembangan industry kreatif pada sub sector Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan. Dimana sub sector seni pertunjukan dan sub sector pasar dan barang seni di Kota Madiun masih terdapat perkembangan bisnisnya walaupun ke dua jenis sub sector tersebut perkembangannya sangat memprihatinkan. Seni pertunjukan merupakan salah satu sector yang masih terdengar suara nafasnya.

Salah satu seni pertunjukan di kota Madiun adalah seni tari dongkrek. Seni Dongkrek menggabungkan seni tari dan drama dengan mengambil cerita tentang pertarungan kakek sakti melawan kawanannya gendruwo yang berakhir dengan kemenangan sang kakek. Sangat disayangkan apabila seni topeng dongkrek kini menjadi salah satu kesenian yang hampir punah, seperti halnya kepunahan beberapa kesenian tradisional daerah lainnya yang hampir kesemuanya disebabkan oleh kurangnya perhatian masyarakat dan pemerintah. Seni reog walaupun lahir dari kota Ponorogo namun karena kedekatan dari Ponorogo dan Madiun, sehingga kesenian Reog sangat melekat berada di kota Madiun juga. Seperti kota lainnya di

Jawa Timur, di Madiun juga hidup seni tari tradisional maupun kontemporer, seni drama, maupun seni Drama.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel-Variabel Penelitian

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan responden yang berkaitan dengan pernyataan yang ada. Pernyataan terdiri dari beberapa item pernyataan. Untuk mengetahui lebih jelas mengenai pernyataan yang berasal dari variabel intellectual capital, kinerja industri kreatif maka akan dideskripsikan masing-masing item pernyataan secara terpisah dan dari analisis tersebut dapat diketahui berapa banyak responden yang memilih alternatif jawaban tertentu dan akan diperoleh nilai rata-rata tertinggi hingga terendah. Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian, dilakukan analisis terhadap jawaban yang diberikan berkaitan dengan pernyataan yang ada. Pernyataan terdiri intellectual capital 17 item, kinerja industri kreatif 5 item. Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah skala Likert dengan 5 poin yaitu: 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat setuju).

Dari analisis tersebut dapat diketahui berapa nilai rata-rata dimensi dan nilai rata-rata keseluruhan. Penentuan kelas atas pernyataan responden terhadap variabel penelitian adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai terendah} = 1 \times 1 = 1$$

$$\text{Nilai tertinggi} = 1 \times 5 = 5$$

$$\text{Interval kelas} = (n - 1) / n = (5-1) / 5 = 0,8$$

Sehingga sebaran kelasnya dan interpretasinya seperti yang dikemukakan berikut :

1,00 – 1,80 = sangat lemah, sangat rendah.

1,81 – 2,60 = lemah, rendah.

2,61 – 3,40 = cukup kokoh, cukupkuat, cukup tinggi.

3,41 – 4,20 = kokoh, kuat, tinggi.

4,21 – 5,00 = sangat kokoh, sangat kuat, sangat tinggi

Deskripsi Intellectual Capital

Intellectual Capital, pengukuran peubah ini mengacu pada dimensi yang dikemukakan oleh Edvinsson, and Malone, (1997), yang terdiri dari tiga elemen utama

yaitu: a. Human capital, dengan indikator: Attitude, competencies, education, knowledge, and skills. Sedangkan dimensi: b. Structural capital, dengan indikator: copyright, corporate culture, design rights, financial relations, information technology infrastructure, management processes, service marks, trade secrets, and trademarks.

Tabel 1. Intellectual Capital

	INDIKATOR	SKOR										Rata-rata (X)
		(1) STS		(2) TS		(3) N		(4) S		(5) SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Hc 1	Attitude	3	1,20	0	0	8	3,21	148	59,43	90	36,14	4.29
	Competencies	0	0	3	1,20	24	9,63	153	61,44	69	27,71	4.16
Hc3	Education	0	0	0	0	44	17,67	170	68,27	35	14,05	3.96
Hc4	Knowledge	21	8,43	53	21,28	135	54,21	19	7,63	21	8,43	2.86
Hc5	Skills	0	0	3	1,20	31	12,44	181	72,69	34	13,65	3.99
	Sub total rata-rata											3.85
Sc 1	Copyright	0	0	22	8,83	37	14,85	153	61,44	37	14,85	3.82
Sc 2	Corporate culture	0	0	3	1,20	16	6,42	168	67,46	62	24,89	4.16
Sc 3	Design rights	0	0	3	1,20	29	11,64	182	73,09	35	14,05	4.00
Sc 4	Financial relations	7	2,81	49	19,67	73	29,31	85	34,13	35	14,05	3.37
Sc 5	Information technology Infrastructure	7	2,81	24	9,60	73	29,30	132	53,0	13	5,20	3.48
Sc 6	Management processes	0	0	0	0	27	10,80	176	70,70	46	18,50	4.08
	Sub total rata-rata											3.81
Rc 1	Brand	0	0	0	0	16	6,40	176	70,70	57	22,90	4.16
Rc 2	Company name	0	0	3	1,20	63	25,30	152	61,0	31	12,40	3.85
Rc 3	Customers	0	0	0	0	59	23,70	151	60,60	39	15,70	3.92
Rc 4	Distribution channels	0	0	14	5,60	77	30,90	139	55,80	19	7,60	3.65
Rc 5	Franchise agreements	0	0	0	0	27	10,80	180	72,30	42	16,90	4.06
Rc 6	Loyalty	0	0	16	6,40	72	28,90	153	61,40	8	3,20	3.61
	Sub total rata-rata											3.87
	Total rata-rata											3.84
Keterangan :												
1.STS : sangat tidak setuju; 2. TS : tidak setuju; 3. N : Netral; 4. S : setuju; 5. SS : sangat setuju												

Adapun dimensi: c. Customer capital dengan indikator: brand, company name, customers, distribution channels, franchise agreements, license agreements, and loyalty. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut. Dari tabel 1. Intellectual capital dapat diketahui bahwa: Proporsi pendapat terbanyak dilihat dari nilai rata-rata terdapat pada indikator **Hc1** “Attitude” dengan pernyataan “Karyawan saya mempunyai sikap yang baik, tanggap dan segera merespon dalam melaksanakan pekerjaannya”. Hal ini

diketahui dari tanggapan terhadap pilihan jawaban responden dengan mean sebesar 4.29. Adapun proporsi pendapat terkecil dilihat dari nilai rata-rata terdapat pada indikator **Hc4** “Knowledge“ dengan pernyataan “Karyawan saya mempunyai pengetahuan dan wawasan yang luas dalam melaksanakan pekerjaannya” dengan mean sebesar 2,86 Hal tersebut mengandung makna bahwa Intellectual capital yang ada pada industri kreatif mempunyai kekuatan yang berada pada range sangat kuat.

Adapun jika dilihat dari kekuatan Intellectual capital pada setiap dimensi human capital, structural capital, dan relational capital nampak terdapat pada dimensi Relational capital dengan sub nilai rata-rata mean sebesar 3.87 dengan makna bahwa pelaksanaan Intellectual capital yang ada pada industri kreatif lebih menonjol pada komponen Relational capital yang berada pada range kuat. Sedangkan jika dilihat dari kekuatan intellectual capital secara menyeluruh dapat dilihat dari nilai rata-rata sebesar 3,84 yang mempunyai makna bahwa intellectual capital yang ada pada industri kreatif berada pada range kuat.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa Intellectual capital yang ada pada industri kreatif adalah kuat dan lebih mengutamakan pada dimensi Relational capital.

Deskripsi Kinerja Industri Kreatif

Kinerja Industri Kreatif, pengukuran peubah ini mengacu pada beberapa rujukan yang perlu disesuaikan (Shepherd (2004), Bontis (1998), Swamidass dan Newell, (1987), Kementerian Perdagangan RI (2008) yang terdiri dari: a. kesempatan kerja, b. tingkat keuntungan, c. pertumbuhan industri, d. pertumbuhan laba, e. pertumbuhan penjualan, f. respon secara keseluruhan terhadap persaingan, g. tingkat kesuksesan dalam peluncuran produk baru, h. Meningkatkan kreativitas, i. Meningkatkan ketrampilan, j. meningkatkan bakat individu. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Dari tabel kinerja industri kreatif berikut dapat diketahui bahwa : Proporsi pendapat terbanyak dilihat dari nilai rata-rata terdapat pada indikator **Kik 5** “Pertumbuhan pangsa pasar” dengan pernyataan “Usaha saya mempunyai pertumbuhan pangsa pasar yang meningkat dari waktu ke waktu”. Hal ini diketahui dari tanggapan terhadap pilihan jawaban responden dengan mean sebesar 3.8554. Sedangkan dilihat dari proporsi pendapat terendah terdapat pada indikator **Kik 4** “Kesempatan Kerja” dengan pernyataan “Usaha saya, mempunyai peluang kesempatan kerja bagi karyawan baru” Hal tersebut mengandung makna bahwa kinerja industri kreatif lebih menekankan pada pertumbuhan pangsa pasar yang berada pada range tinggi.

Tabel 2. Deskriptip Kinerja Industri Kreatif

	INDIKATOR	SKOR										Rata-rata (X)
		1) STS		(2) TS		(3) N		(4) S		(5) SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Kik 1	Pertumbuhan laba	0	0	14	5.60	65	26,10	142	57,0	28	11,2	3.74
	Pertumbuhan penjualan	0	0	11	4.40	63	25,30	160	64.30	15	6,0	3.72
Kik 3	Tingkat kesukses an dalam peluncur an produk baru	0	0	11	4,40	67	26.9	147	59.0	24	9,60	3.74
Kik 4	Kesempatan kerja	0	0	20	8.0	57	22,90	149	59.80	23	9.20	3.70
Kik 5	Pertumbuhan pangsa pasar	0	0	19	7.60	35	14.10	158	63.50	37	14.90	3.86
	Total rata-rata											3.75
Keterangan : 1.STS : sangat tidak setuju;2. TS : tidak setuju; 3. N : Netral; 4. S : setuju; 5. SS : sangat setuju												

Sumber : Analisis data primer, diolah

Adapun jika dilihat dari tinggi rendahnya kinerja industri kreatif dari tabel deskriptip diatas dapat dilihat dari besarnya total nilai rata-rata mean =3.75 dengan makna bahwa kinerja industri kreatif di Jawa Timur mempunyai range tinggi. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja industri kreatif mempunyai range yang tinggi dan lebih menekankan pada “Pertumbuhan pangsa pasar” industri kreatif.

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Intellectual Capital yang ada pada industry kreatif pada sub sector Seni pertunjukan ; Permainan interaktif; Pasar dan barang seni; Film, video, foto graphie; Riset & pengembangan mempunyai pemetaan yang berbeda di di masing-masing dimensi.
2. Dimensi Human Capital mempunyai pemetaan yang lebih menonjol dibanding Structuraal capital maupun Customer capital.
3. Dimensi Human Capital pada indikator Hc1 “Attitude” dengan pernyataan “Karyawan saya mempunyai sikap yang baik, tanggap dan segera merespon dalam melaksanakan pekerjaannya” merupakan indikator yang paling dominan.

4. Dimensi Human Capital pada indikator Hc4 “Knowledge” dengan pernyataan “Karyawan saya mempunyai pengetahuan dan wawasan yang luas dalam melaksanakan pekerjaannya” merupakan indikator yang paling rendah.
5. Pada indikator **Kik 5** dengan pernyataan “Pertumbuhan pangsa pasar” dengan pernyataan “Usaha saya mempunyai pertumbuhan pangsa pasar yang meningkat dari waktu ke waktu” merupakan indikator paling dominan.
6. Pada indikator **Kik 4** “Kesempatan Kerja” dengan pernyataan” Usaha saya, mempunyai peluang kesempatan kerja bagi karyawan baru” merupakan indikator paling rendah.

Saran

1. Direkomendasikan agar pihak pemerintah, pebisnis, dan dunia pendidikan peduli dengan keberadaan industri kreatif yang banyak memerlukan sentuhan baik dalam pengelolaan managerial organisasi maupun finansial.
2. Direkomendasikan pada peneliti berikutnya untuk mengkaji kepedulian beberapa pihak (helix) ; pemerintah, pebisnis, pendidikan, maupun sosial masyarakat (quatoble helix) terhadap eksistensi industri kreatif khususnya ke 5 (lima) sub sektor sebagaimana yang dikaji peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Budi Purwanto, 2015. Pengaruh Service Performance Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen, FOKUS EKONOMI : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Vol. 10 No. 1 Juni 2015 ISSN : 1907-6304
- Chen et al., 2005. —An Empirical Investigation of The Relationship Between Intellectual Capital and Firm’s Market Value and Financial Performance
- Cabrita, Maria do Rosario, and Bontis, Nick. 2008 _Intellectual Capital and Business Performance in The Portuguese Banking Industry’, Int. J. Technology Management, Vol. 43, Nos. 1-3, pp.212–237.

- Departemen Perdagangan Republik Indonesia, (2008). “Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 :Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2025”.
- DCMS & Creative Industries Task Force, 1998. Creative Industries 1998: Mapping Documents, London: UK Department for Culture, Media and Sport.
- Fitriyah, Mas Anindha Tien, 2015. Model Pengembangan keuangan Inklusif Pada Sentra Usaha kecil Menengah Di Jawa Timur, Hasil Penelitian
- Helena Santos-Rodrigues, Miguel Gonzalez-Loureiro and Pedro Figueroa-Dorrego, 2012. System of Innovation and innovative SMEs: A Model to Measure the Intellectual Capital of SMEs, Proceedings of the 4th European Conference on Intellectual Capital ,Book version ISBN: 978-1
- Huang, Y., & Wu, YJ. 2010. Intellectual Capital and Knowledge Productivity: the Taiwan Biotech Industry. Management Decision, Vol. 48, No. 4, pp. 580-99.
- InCas.2008.Intellectual Capital Statement Made In Europe. [http : //www.incas-europe.org](http://www.incas-europe.org)
- Irbayuni, Sulastrri ,2015, Model Strategi Pemasaran Kerajinan Mebel di Kabupaten Pasuruan Jawa Timur (tahun 1), Hasil Penelitian PUPERTI.
- Irbayuni, Sulastrri, 2016. Model Insentif Investasi dan Penguatan Kelembagaan di Kabupaten Ngawi Jawa Timur, Hasil Penelitian Hibah Bersaing.
- Loureiro dan Pedro Figueroa Dorrego. 2012. Intellectual capital and system of innovation: What really matters at innovative SMEs. Intellectual Capital. 8 (2). 239-274.
- Mouritsen, J., 1998. Driving Growth: Economic Value Added versus Intellectual Capital, Management Accounting Research, 9, pp. 461-482.
- Reilly, R., 1992. Interstate Intangible Asset Transfer Program. CPA Journal, Vol. 62, No. 8, pg 34-40
- Sukarno, Gendut dan Wigati, Retno Wulan (2012), Competitive Advantage Through “SANTRI” Community In Improving Performanve, GLOBAL NETWORK International, Journal Of Business Management, Volume 2, Number 5, August 2012.
- Sukarno, Gendut, 2013, Menumbuhkan Industri Kreatif Di Surabaya, Seminar Nasional & Sidang Pleno ISEI XVI “Mempercepat Penguatan Daya Saingekonomi Daerah Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015”, 18–20 September 2013, 18–20 September 2013, Abadi Suite Hotel Jambi
- Sukarno dan Sawitri (2014) dalam :The Human CapitalAndThe Institutional Changes Of TrioABG In Fashion Creative Industries

- Sukarno, Gendut, dan Nirawati, Lia, 2013, Model Community Development Dalam Pola Corporate Social Responsibility Untuk Meningkatkan Kinerja UKM, Hasil Penelitian (SKIM Hibah Bersaing, DIPA Kemdikbud Kopertis Wil VII), 2013
- Sukarno, Gendut, 2014, Pertumbuhan Industri Kreatif Fesyen Melalui Human Capital Dan Perubahan Institusi, Call For Paper Bank Indonesia 1st East Java Economic Forum 2014 (EJAVEC) : Mendorong Transformasi Ekonomi Jawa Timur Menuju Masyarakat Mandiri dan Dinamis, 28 Oktober 2014, Universitas Airlangga
- Stewart, T.A. ,1997. Intellectual Capital: The New Wealth of Organisations, Doubleday-Currency, London.