

Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mewujudkan Kota Cerdas

Studi Kasus : Kabupaten Purbalingga

Agus Rochani

E-mail : agusplanoo@gmail.com

Jurusan Perencanaan Wilayah & Kota, Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRAK

Dewasa ini kawasan perkotaan dan perdesaan berlomba dalam memenangkan persaingan investasi. Berbagai cara dilakukan baik dalam lingkup internal melalui penguatan kapasitas personal, masyarakat, maupun kelembagaan maupun dalam konteks eksternal melalui kerjasama antar wilayah. Kondisi ini menjadikan peran kemitraan strategis memegang peranan penting dalam mempercepat pertumbuhan wilayah.

Salah satu aspek penting dalam membentuk karakter kota cerdas adalah mendorong sektor bisnis khususnya industri kreatif. Industri ini sangat spesifik, karena mengandalkan kepiawaian, kreatifitas serta kecerdasan dalam melihat peluang usaha serta mengembangkan menjadi sektor ekonomi yang produktif. Terlebih di tengah era informasi yang akut dengan berbagai kemudahan/ multi media, maka perkembangan industri kreatif memiliki peluang yang sangat tinggi untuk dikembangkan sebagai basis perekonomian rakyat.

Kata kunci: Industri kreatif, Kota Cerdas

1. PENDAHULUAN

Manusia sebagai subyek sekaligus obyek pembangunan memegang peranan penting dalam proses pembangunan. Salah satu aspek yang sangat krusial adalah mengolah sumberdaya insani berupa kemampuan olah pikir yang menghasilkan berbagai teknologi guna mendukung perikehidupan yang lebih baik. Ditengah cepatnya pertumbuhan ekonomi dan globalisasi saat ini, maka penemuan baru di bidang teknologi akan menentukan posisi dan percaturan global sekaligus peradaban sosial yang terbentuk. Proses teknologi yang tidak lepas dari industrialisasi akan menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien. Sebagai contoh adanya penemuan berbagai media internet telah menciptakan interkoneksi antar manusia yang membuat manusia menjadi semakin produktif, sehingga jarak tidak lagi menjadi penghalang untuk melakukan komunikasi. Termasuk didalamnya perkembangan informasi yang cepat telah mendorong terjadinya perubahan karakter, gaya hidup dan perilaku masyarakat menjadi lebih kritis dan lebih peka seiring derasnya informasi global yang menerpa mereka.

Menyadari cepatnya perkembangan informasi di atas, Pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan perencanaan pembangunan industri nasional secara sistematis, komprehensif, dan futuristik dalam wujud Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015 – 2035 (PP No. 14 Tahun 2015). Adapun visi pembangunan industri nasional adalah menjadi negara industri tangguh yang bercirikan antara lain:

1. Struktur industri nasional yang kuat, dalam, sehat, dan berkeadilan.
2. Industri yang berdaya saing tinggi di tingkat global.
3. Industri yang berbasis inovasi dan teknologi.

Dalam rangka mewujudkan visi di atas, pembangunan industri nasional mengemban misi salah satunya adalah dengan mewujudkan industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional, termasuk didalamnya adalah perekonomian daerah. Misi ini menjadikan seluruh elemen potensi industri perlu dijadikan sebagai dasar bagi pengembangan industri, yang pada akhirnya dapat mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Secara khusus pengembangan industri kreatif di Indonesia dituangkan dalam bentuk Instruksi Presiden Republik Indonesia nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Kebijakan ini ditujukan untuk mengembangkan perekonomian rakyat yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Secara khusus, Presiden mengajak mengembangkan produk ekonomi yang berbasis seni budaya dan kerajinan, berbasis pada warisan, benda-benda sejarah dan purbakala, tradisi dan adat, sebagai titik tolak untuk meningkatkan daya saing dalam era ekonomi kreatif (Ramdani, 2015)

2. KAJIAN PUSTAKA

Pengembangan ekonomi kreatif berawal dari Inggris, yang dalam perkembangannya banyak diadopsi oleh negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Konsep ekonomi kreatif dimotori oleh Tony Blair pada tahun 1990. Saat itu ia tengah menjadi calon perdana menteri Inggris. Era 1990-an, kota-kota di Inggris mengalami penurunan produktivitas karena beralihnya pusat-pusat industri dan manufaktur ke negara-negara berkembang. Negara berkembang menjadi pilihan karena menawarkan bahan baku, harga produksi dan jasa yang lebih murah. Menanggapi

kondisi itu, Tony Blair dan New Labour Party mendirikan National Endowment for Science and the Art (NESTA) yang bertujuan untuk mendanai pengembangan bakat-bakat muda di Inggris. Setelah menang dalam pemilihan umum 1997, Blair yang menjadi PM Inggris membentuk Creative Industries Task Force. Tujuannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Inggris. Lembaga tersebut berada di bawah Department of Culture, Media and Sports (DCMS). Pada tahun 1998, DCMS mempublikasikan hasil pemetaan industri kreatif Inggris yang pertama kalinya (kompas, 2011).

Istilah industri kreatif di Indonesia sering diartikan sebagai tindakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu yang melekat pada seseorang. Pemanfaatan industri kreatif bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi serta daya cipta individu tersebut, baik secara individu maupun kelompok kerja. Kebijakan yang mengatur tentang industri ekonomi kreatif dituangkan dalam bentuk Instruksi Presiden RI nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Industri Kreatif dapat diartikan pula sebagai sebuah industri yang mempunyai ide-ide baru, SDM yang kreatif dan juga mempunyai kemampuan dan bakat yang terus dikembangkan dalam menyelesaikan setiap pekerjaan (Setyoso Hardjowisastro, 2009). Cokorda Istri Dewi (2009) menjelaskan bahwa industri kreatif berasal dari ide manusia yang merupakan sumber daya yang selalu terbaharukan. Berbeda dengan industri yang bermodalkan bahan baku fisik, industri kreatif bermodalkan ide-ide kreatif, talenta dan keterampilan.

Menurut United Nations Conference on Trade and Development/UNCTAD (2008) dalam Mohammad Adam Jerusalem (2009), industri kreatif adalah :

- a. siklus kreasi, produksi, dan distribusi dari barang dan jasa yang menggunakan modal kreatifitas dan intelektual sebagai input utamanya;
- b. bagian dari serangkaian aktivitas berbasis pengetahuan, berfokus pada seni, yang berpotensi mendatangkan pendapatan dari perdagangan dan hak atas kekayaan intelektual;
- c. terdiri dari produk-produk yang dapat disentuh dan intelektual yang tidak dapat disentuh atau jasa-jasa artistik dengan muatan kreatif, nilai ekonomis, dan tujuan pasar;
- d. bersifat lintas sektor antara seni, jasa, dan industri; dan
- e. bagian dari suatu sektor dinamis baru dalam dunia perdagangan.

Menurut Betti Alisjahbana (2009) terdapat tiga hal potensial dalam ekonomi kreatif, yaitu *Knowledge Creative* (Pengetahuan yang kreatif), *Skilled Worker* (pekerja yang berkemampuan), *Labor Intensive* (kekuatan tenaga kerja) untuk dapat dipergunakan kepada begitu banyak ruang dalam industri produk kreatif yang terus berkembang di Indonesia, seperti *crafts, advertising, publishing and printing, television and radio, architecture, music, design, dan fashion*.

Di Indonesia, kebijakan yang mengatur tentang industri kreatif dituangkan dalam bentuk Instruksi Presiden RI nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Industri kreatif. Kebijakan ini ditujukan untuk mengembangkan perekonomian rakyat yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Adapun lingkup industri kreatif antara lain:

1. periklanan;
2. arsitektur;
3. pasar seni dan barang antik;
4. kerajinan;

5. desain;
6. fashion (mode);
7. film, video, dan fotografi;
8. permainan interaktif;
9. musik;
10. seni pertunjukan;
11. penerbitan dan percetakan;
12. layanan komputer dan piranti lunak;
13. radio dan televisi; dan
14. riset dan pengembangan.

Jika dikaitkan dengan *Smart city* (kota cerdas), maka pengembangan industri kreatif akan menjadi pilar bagi berkembangnya efisiensi dan efektivitas pembangunan. Kota cerdas sebagai tatanan kota yang menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan performa dan kesejahteraan, akan ditentukan oleh kecepatan teknologi dan keahlian para pengguna teknologi tersebut. Dengan konsep “cerdas”, maka dapat dibentuk sistem transportasi yang efisien, energy yang terbaharukan serta pengelolaan fasilitas dan utilitas perkotaan yang seimbang dengan kebutuhan masyarakatnya. Adapun sektor industri kreatif yang terkait langsung dengan tingkat kecerdasan suatu kota adalah 1) sektor layanan komputer dan piranti lunak, serta 2) sektor riset dan pengembangan.

3.METODE PENELITIAN

A. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dalam dua cara, yaitu survei instansional dan pengamatan lapangan. Survei instansional dilakukan untuk memperoleh data-data sekunder, baik data-data numerik maupun data-data (dokumen) kebijakan dan peraturan-peraturan yang terkait. Sedangkan pengamatan lapangan dilakukan terutama untuk pengecekan ulang (*cross-check*) data sekunder dengan fakta-fakta yang terjadi. Kegiatan terutama difokuskan untuk mengetahui komoditas Industri kreatif di bidang sektor layanan computer/ piranti lunak, serta sektor riset dan pengembangan.

B. Teknik Analisis SWOT

Analisis ini meliputi faktor internal dan faktor eksternal lingkungan sektor industri kreatif. Kondisi internal menggambarkan semua kondisi dan faktor-faktor dalam masyarakat di Kabupaten Purbalingga, berupa potensi/kekuatan (*strength*) dan kelemahan(*weakness*) yang meliputi berbagai aspek potensi sumber daya manusia, prasarana dan sarana, dan kondisi sosial ekonomi masyarakat.

Tabel III.1 Indikator Analisis Faktor Internal

| No | Indikator Faktor Internal |
|----|--|
| 1 | Letak strategis Kabupaten Purbalingga |
| 2 | Sarana telekomunikasi |
| 3 | Kelompok penduduk usia muda (kelompok umur 19 – 40 tahun) |
| 4 | Pengembangan dan pembinaan usaha ekonomi masyarakat |
| 5 | Tersedianya fasilitas website pemerintah Kabupaten Purbalingga |
| 6 | Blog resmi SKPD Dinas Perindustrian Perdagangan, Koperasi dan UMKM |
| 7 | Berbagai wadah promosi potensi industri kreatif |
| 8 | Terdapat beberapa perguruan tinggi |

| No | Indikator Faktor Internal |
|----|--|
| 9 | Pusat aktivitas industri kreatif (wisata belanja, wisata kuliner, pusat aktivitas/kegiatan kaum muda dan lain-lain.) |
| 10 | Even atau kegiatan masyarakat yang dapat menjadi media atau forum bagi pengembangan industri kreatif |
| 11 | Potensi industri kreatif yang berbasis pada pengetahuan, design dan kreativitas |
| 12 | Penghargaan masyarakat Kab. Purbalingga terhadap Produk Asli (karya sendiri) |
| 13 | Fasilitasi dan kesadaran tentang Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) terhadap produk Produk Asli Kabupaten Purbalingga |
| 14 | Tersedianya basis data sektor industri kreatif yang dapat menjadi data dasar bagi SKPD |
| 15 | Program dan kegiatan pemerintah daerah yang memfasilitasi penguatan sumberdaya kreatif sebagai basis bagi pengembangan industri kreatif |
| 16 | Optimalisasi pengembangan sentra dan cluster industri kreatif Kab. Purbalingga. |
| 17 | Koordinasi antar SKPD, fasilitasi dan dukungan kebijakan serta komitmen SKPD pengampu urusan dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Purbalingga |
| 18 | Kebijakan yang mendukung iklim kreatif di Kabupaten Purbalingga dalam hal perijinan dan investasi. |
| 19 | Tersedianya arena, gedung kesenian atau art centre yang dapat menjadi pusat aktivitas dan kegiatan pengembangan industri kreatif |
| 20 | Kerjasama antar daerah (KAD) dalam mengembangkan industri kreatif antara Kabupaten Purbalingga dengan kota lain di Indonesia yang terkait dengan pemasaran produk/jasa industri kreatif. |
| 21 | Dukungan dunia usaha (Kadin, Asosiasi Pengusaha) dan cendekiawan dalam upaya pengembangan industri kreatif di Kabupaten Purbalingga |

Sedangkan kondisi eksternal adalah menggambarkan semua kondisi dan faktor yang berada diluar pemerintah dan masyarakat di Kabupaten purbalingga, yang berupa peluang (opportunity) dan ancaman (threath) yang meliputi berbagai aspek sumber daya alam, sumber daya manusia, prasarana dan sarana serta kebijakan pembangunan yang secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi perkembangan industri kreatif Kabupaten Purbalingga.

Tabel III.2 Indikator Analisis Faktor Eksternal

| No | Indikator Faktor Eksternal |
|----|--|
| 1 | Dukungan kebijakan nasional bagi pengembangan industri kreatif |
| 2 | Dukungan kebijakan dalam upaya keberpihakan pengembangan usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) |
| 3 | Gaya hidup masyarakat perkotaan pada gaya hidup kembali ke alam dan lebih mencintai seni dapat menjadi "pasar" bagi produk kreatif |
| 4 | Berlakunya perdagangan bebas Asia (ACFTA) mulai tahun 2010 |
| 5 | Peningkatan persaingan produk industri kreatif |

| No | Indikator Faktor Eksternal |
|----|---|
| 6 | Masuknya produk-produk kreatif berharga murah dari luar negeri (Jepang, China, Korea dan Taiwan) |
| 7 | Masuknya produk kerajinan dan fesyen sejenis dari daerah lain |
| 8 | Masuknya produk-produk yang memperoleh dukungan perusahaan multi nasional (multinational corporation) |
| 9 | Fasilitasi perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) |

Hasil dari analisis SWOT, ini kemudian direkomendasikan SAP (*Strategic Advanced Policy*) yaitu dengan melihat kekuatan dan kelemahan (faktor internal) serta ETOP (*Environment Threat Opportunity Policy*) yaitu dengan melihat peluang dan ancaman (faktor eksternal).

C. Analisis Posisi Strategis

Untuk menentukan posisi strategis setiap jenis industri kreatif dengan memanfaatkan hasil analisis SWOT, kemudian disusun diagram posisi strategis Pemetaan ini diperlukan untuk menentukan alternatif strategi yang dapat direkomendasikan dengan melihat kekuatan-kelemahan dan peluang-ancaman yang ada.

4. ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN

4.1. Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Salah satu usaha layanan komputer dan piranti lunak adalah Purbalingga Cyber Market (PCM) yang beralamat di Jl.Kopral tanwir-Brubahan-Purbalingga 53391, Phone: 02817936251. Usaha ini merupakan salah satu perangkat dari DISPERINDAGKOP Kabupaten Purbalingga sebagai unit pelayanan fasilitas pemasaran produk IKM melalui internet dan mempunyai tujuan untuk meningkatkan pemasaran produk-produk IKM khususnya di Purbalingga untuk dapat berkopetensi di pasar Global.

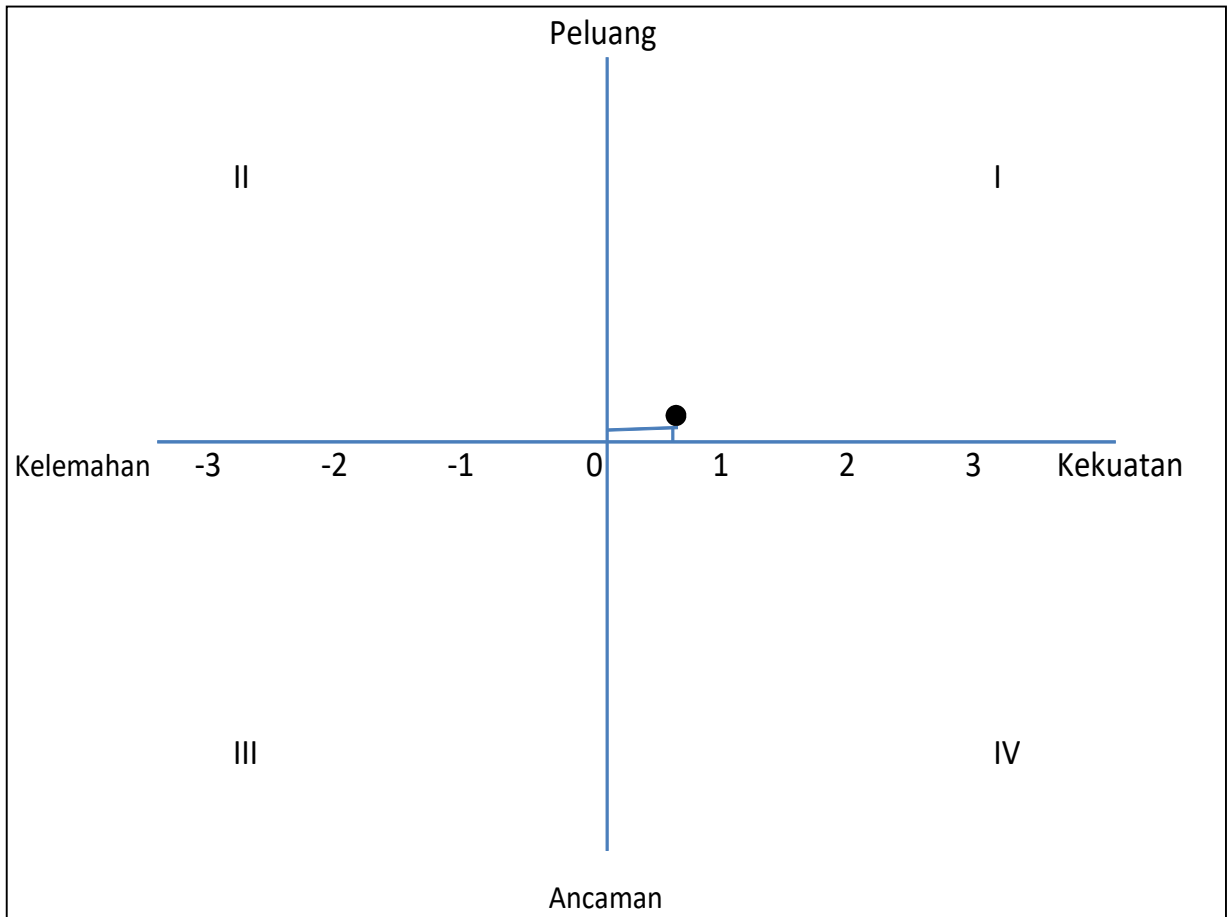
Visi kegiatan adalah menjadi wahana yang menyatukan antara dunia real dan maya menuju kekuatan bisnis yang menguntungkan. Sedangkan misi adalah melakukan penetrasi pasar dunia untuk produk-produk industri yang ada di kabupaten Purbalingga; membantu transakai antar produsen dan konsumen dengan cara yang mudah, murah dan efektif; menjadi motor penggerak sektor real serta ikut serta memajukan Purbalingga dalam bidang IT.

Banyaknya pusat servis komputer dan mungkin jasa pembuatan website bisa menjadi awal munculnya produk-produk kreatif di bidang kominfo. Beberapa usaha di bidang layanan komputer dan piranti lunak antara lain :

- a) Gudang Software beralamat di Jl. Komisaris Noto Sumarsono 1 A Telepon : 0281 891161
- b) DEWA COM di desa Losari Rt 01 RW I Rembang-Purbalingga menyediakan jasa komputer, peralatan komputer dan jasa service.
- c) CV IRMAS COM Jl.Kom Notosumarno No.35 Purbalingga dengan usaha pengadaan barang dan jasa service komputer
- d) CV. ANUGRAH Kel.Purbalingga Lor RT 002 RW IV Purbalingga melayani komputer, software, alat-alat kantor, elektronik dan jasa percetakan.
- e) Z. VISION (melayani jasa fotografi, sewa sound system dan service komputer) Jl. Klapasawit No.4 Karanganyar RT 05 RW II Karanganyar Purbalingga.

- f) CV. MAXIMA ART MEDIA (Komputer, Muliti media, Internet, dan Alat-alat perkantoran) Jl. Lawet No.12 A, Kel.Purbalingga Wetan RT 02 RW II Purbalingga.
- g) PAWANG, merupakan usaha yang bergerak dalam komputer dan perangkat lunak berlatam di Desa Karangsentul dengan jumlah tenaga kerja 2 orang.

Posisi strategis industri Layan Komputer dan Piranti Lunak disajikan pada diagram di bawah ini.



Gambar 4.1

Diagram Posisi Strategis Industri Layanan Komputer Dan Piranti Lunak

Dari analisa SWOT skoring di atas menunjukkan bahwa nilai Internal Factor Analysis (IFAS) adalah 0.14 sedangkan nilai External Factor Analysis EFAS adalah 0.56 Dengan demikian posisi industri kreatif layanan komputer dan piranti lunak pada posisi kuadrant I. Kondisi ini menunjukkan pertumbuhan industri layanan komputer dan Piranti lunak yang tinggi tetapi memiliki market share yang rendah. Hal ini disebabkan karena adanya kesadaran masyarakat tentang informasi akan produk. Rendahnya share seringkali juga berarti rendahnya profit dan lemahnya operasional cash flow. Pada saat yang sama, karena berada pada pertumbuhan pasar yang pesat membutuhkan sejumlah investasi yang cukup besar untuk menambah dan mengembangkan dan bahkan meningkatkan market share.

Pada posisi ini *grand strategy* yang dapat dilakukan untuk mendorong bangkitan kegiatan industri kreatif layanan computer dan piranti lunak adalah: menambah/mengembangkan produk, dan pasar serta meningkatkan aktivitas bisnis yaitu :

- a. Mengelola manajemen perusahaan dengan baik secara profesional dan meninggalkan sistem manajemen tradisional.
- b. Memperbaiki sistematis pembayaran dengan tidak memperbolehkan sistem hutang terjadi lagi sehingga tidak menghambat kelangsungan usaha.
- c. Memanfaatkan dukungan dan komitmen dari pemerintah dengan membina hubungan baik dan mengadakan kerjasama dengan pemerintah daerah
- d. Membuat business plan untuk memperluas usaha (ekspansi) dengan membuka cabang baru di daerah lain.
- e. Mengupayakan perubahan dalam peralihan teknologi dengan mengadopsi teknologi yang baru berkembang dalam dunia perindustrian.

4.2. Riset dan Pengembangan

Riset dan pengembangan merupakan industri yang berkembang dalam sektor peningkatan sumber daya manusia (*Human Resources Development*). Berbagai lembaga riset yang berkembang secara formal antara lain berupa sekolah pendidikan seperti pada SMK Muhammadiyah Bobotsari, yang mengembangkan jurusan teknik komputer dan jaringan.

Lembaga lain yang berkembang adalah Bharega Purna Wisesa, yaitu lembaga alumni SMA I Purbalingga yang membentuk lembaga sosial dengan tujuan untuk mengembangkan pelayanan sosial, pendidikan dan pelatihan, jejaring dan komunikasi (JARKOM) serta penelitian dan pengembangan (LITBANG).



Kota Purbalingga juga memiliki riset dan pengembangan yang muncul dari sumber daya manusia yang membanggakan antara lain :

- a. **Saein, Penemu Bibit Padi Unggul pemenang SCTV AWARD Tahun 2011**
 Saein, merupakan penemu bibit padi unggul pemenang SCTV AWARD Tahun 2011. Saein memobilisasi para petani untuk kembali ke pertanian organik yang

ramah lingkungan. Sarjana lulusan Institut Pertanian Bogor (IPB) itu pulang ke kampungnya.



Saein melakukan penyilangan beragam varietas padi unggulan yang menghasilkan 10 varietas padi baru. Perlahan namun pasti, ratusan petani di Bukateja kini banyak yang meniru langkah Saein ini. Saein juga tak mengenal lelah untuk melakukan serangkaian penelitian di lapangan. Yakni melakukan penyilangan beragam varietas padi unggulan yang menghasilkan 10 varietas padi baru. Salah satunya diberi nama **“Mutiara”**, hasil persilangan padi **Wulung** dan **Pandanwangi**. Diberi nama **“Mutiara”**, karena bentuk berasnya bulan lonjong seperti mutiara, dan warnanya mengkilat. **Varietas “Mutiara”** temuan saein ini memiliki sejumlah keunggulan. Yakni sangat hemat pupuk, tahan penyakit busuk daun, produksinya tinggi (rata-rata 6,7 ton per hektar dan produksi tertinggi 8,4 ton/hektar), butiran beras tidak mudah patah, tahan wereng, rasa nasinya pulen, dan rendemannya tinggi. Untuk tingkat rendeman tinggi ini, jika diselep di mesin penggilingan padi, gabah 1 kuintal dari varietas padi **“Mutiara”** bisa menghasilkan 65-67 kg (Mujitrisno, 2013).

b. Yoga Prabowo Pembatik termuda asal Purbalingga Pemuda Pelopor Bidang Seni Budaya dan Pariwisata Tingkat Kabupaten Purbalingga.

Yoga Prabowo yang merupakan Owner [Batik Tirta Mas](#) kini telah mengibarkan sayapnya mulai dari lingkungan Purbalingga, nasional hingga ke mancanegara, tentu saja diperlukan perjuangan dan pengorbanan yang sangat luar biasa. Yoga Prabowo, pembatik termuda ini mulai meniti karirnya sebagai penjaga outlet [batik](#) di Bali, seiring waktu berjalan Bali mengalami krisis setelah kejadian Bom Bali beberapa tahun lalu, maka dari itu Yoga Prabowo berinisiatif untuk membuat Batik di Purbalingga. Yoga Prabowo beralamat di Perumahan Selabaya, Purbalingga, Minggu (16/10) Alamat Home [Industri](#) : Perum Selabaya Indah, JL. Mangga II Blok Y-5 Purbalingga 53371.

c. Riset Model Pengembangan Tebu Terpadu

Pengembangan model terpadu dikembangkan melalui pendekatan menyatukan dalam satu kawasan terhadap berbagai komoditas perekonomian pertanian, yang salah satunya adalah antara pertanian dengan peternakan. Pendekatan ini disatu sisi bertujuan mempertahankan produktivitas pertanian, dan disisi yang lain mengembangkan peternakan dengan sistem tumpang sari. Program ini dikembangkan di desa Lambur Kecamatan Mrebet pada tahun 2011.

Program *mix commodity* ini merupakan hasil kerjasama antara Pemerintah Kabupaten Purbalingga dengan Perguruan Tinggi yang dalam hal ini adalah Universitas Jenderal Sudirman Purwokerto melalui *memorandum of understanding* (MOU) kerjasama antar institusi.

Model pengembangan ini juga dapat diharapkan dapat meningkatkan penghasilan petani serta mempertahankan kualitas lingkungan dengan memanfaatkan hasil limbah biogas ternak sebagai sumber energi alternatif serta produksi pupuk hayati.



Melalui kegiatan ini, diharapkan dalam jangka pendek sekitar satu tahun ke depan, masyarakat petani dapat meningkatkan penghasilan sebagai hasil intensifikasi penanaman varietas tebu, serta meningkatnya hasil bersih (rendemen) tebu yang selama ini dikembangkan di tengah tengah masyarakat. Adapun manfaat lain yang langsung terkait dengan proses budidaya tanaman tebu antara lain dapat mengurangi emisi gas rumah kaca, meningkatkan cadangan pakan ternak dengan tersedianya limbah tebu serta pemasyarakatan produksi tebu yang ramah lingkungan. Adapun untuk jangka lima hingga sepuluh tahun ke depan, proses yang terintegrasi ini dapat mendorong berbagai usaha ekonomi rakyat ikutan seperti berkembangnya berbagai varietas ternak lain yang memanfaatkan hasil limbah daun pucuk tebu sebagai bahan dasarnya. Ternak ruminansia seperti kambing, sapi susu, kuda dan lain lain akan sangat potensial untuk dikembangkan seiring tersedianya pakan yang cukup.

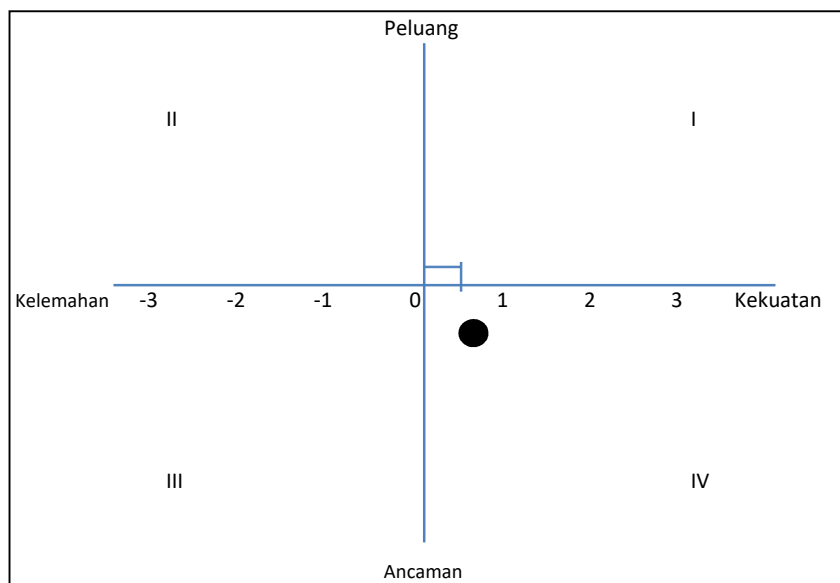
d. TORAKOR (Tomat Rasa Korma)

Merupakan salah satu industri kreatif yang merupakan riset dan pengembangan produk makanan di Kabupaten Purbalingga. TORAKOR merupakan makanan yang memiliki bahan baku buah tomat dimana satu buah tomat bisa menjadi satu torakur. Proses pembuatannya termasuk sederhana. Awalnya tomat dikupas dan bijinya dibuang. Selanjutnya tomat direndam dengan air sirih sambil dipanaskan selama dua jam hingga mendidih. Setelah itu, tomat lalu dicampur dengan gula pasir dan dikeringkan airnya hingga berwarna cokelat. Baru setelah itu kemudian dijemur. Setelah dingin, lalu dikemas dalam wadah yang menarik layaknya buah korma. Jadi meskipun tidak ada campuran kurma, rasanya persis dengan buah korma.



Di Kabupaten Purbalingga TORAKOR ini dikelola oleh UD.TORAKOR GROUP yang menjadi pioner dalam pembuatan TORAKOR ini dan beralamat di Desa Kradenan, Kecamatan Mrebet yang melibatkan 8 orang tenaga kerja. Produk torakur tidak hanya dijual di pasaran lokal di berbagai kota di Indonesia, seperti Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Madura, dan Denpasar. Bahkan produk ini juga sudah dijual hingga ke Medan, Lampung, dan Sulawesi.

Posisi strategis industri riset dan pengembangan disajikan pada diagram di bawah ini.



Gambar 4.2
Diagram Posisi strategis industri Riset dan Pengembangan

Dari analisa SWOT skoring di atas menunjukkan bahwa nilai Internal Factor Analysis (IFAS) adalah 1.43 sedangkan nilai External Factor Analysis EFAS adalah 1.00. Dengan demikian posisi industri kreatif riset dan pengembangan pada posisi kuadran I. Kondisi ini menunjukkan pertumbuhan industri riset dan pengembangan yang tinggi tetapi memiliki market share yang rendah. Hal ini disebabkan karena adanya kesadaran masyarakat tentang informasi akan produk. Rendahnya share seringkali juga berarti rendahnya profit dan lemahnya

operasional cash flow. Pada saat yang sama, karena berada pada pertumbuhan pasar yang pesat membutuhkan sejumlah investasi yang cukup besar untuk menambah dan mengembangkan dan bahkan meningkatkan market share.

Pada posisi ini grand strategy yang dapat dilakukan untuk mendorong bangkitan kegiatan industri kreatif riset dan pengembangan adalah: Memanfaatkan dukungan dan komitmen dari pemerintah dengan membina hubungan baik dan mengadakan kerjasama dengan pemerintah daerah

- J Mengupayakan perubahan dalam peralihan teknologi dengan mengadopsi teknologi yang baru berkembang dalam dunia perindustrian.
- J Memperbarui hak paten dan mendaftarkan lagi produk yang belum memiliki merek dan hak paten (mengatasi masalah HaKI).
- J Lakukan inovasi dalam produk, diferensiasi produk dan modifikasi produk, sehingga produk lebih bervariasi dan tersedia untuk segala segmen konsumen.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa sektor layanan komputer dan piranti lunak di Kabupaten Purbalingga memiliki nilai IFAS 0,14, EFAS 0,56 dengan tingkat potensi pengembangan sebesar 0,08. Kondisi ini menjadikan berada pada Kuadran I. sedangkan untuk sektor Riset dan Pengembangan memiliki nilai IFAS 1,43, EFAS 1 dan potensi pengembangan sebesar 1,43 dan berada pada posisi kuadran I.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa karakter kedua sektor pendukung industry kreatif masih berada pada tataran kuadran I. ini berarti bahwa perkembangan yang terjadi masih bersifat dasar. Diperlukan grand strategi untuk meningkatkan kegiatan industri kreatif melalui pemanfaatan perkembangan IT, memperluas *link* kerjasama maupun bisnis khususnya antara pemerintah dengan institusi perguruan tinggi, dan kaum bisnis.

Untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam pengembangan industri kreatif di Kabupaten Purbalingga maka perlu kolaborasi antar aktor utama dengan *starting point* dari ketiga aktor utama ini adalah Komitmen cendekiawan, bisnis dan pemerintah, koordinasi antara ketiga aktor secara berkesinambungan, serta mengupayakan sinergi untuk mengembangkan industri kreatif.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Freddy Rangkuti., "Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis". Jakarta: PT. Gramedia, 2005;
- Humphrey, Albert, "SWOT Analysis for Management Consulting". SR1 Alumni Newsletter (SRI International). 2005;
- Instruksi Presiden Republik Indonesia nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif;
- Jerusalem, M Adam, "Perencanaan Industri Kreatif Dengan Pendekatan Benchmarking pada Queensland's Creative Industry", Fakultas Teknik UNY.



Kompas, “Era Ekonomi Kreatif”, [http://ekonomi.kompas.com/read/](http://ekonomi.kompas.com/read/2011/11/03/06582548/twitter.com) 2011/11/03/
06582548/ twitter.com

Mujitrisno, “Saein, Inspirator Pertanian Organik Ramah Lingkungan
dari Purbalingga”, <https://mujitrisno.wordpress.com/2013/09/20>

Pangestu, Mari Elka, “Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif
Indonesia 2025”, Departemen Perdagangan RI, 2008.

Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan
Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015 – 2035;

Ramdani, Nurhakim, “ Peran Ekonomi Kreatif Dalam Tantangan ASEAN Economic
Community 2015”, <http://nurhakimramdani.blogspot.co.id>

UNCTAD, “Creative Economy Report 2008”, United Nation;