

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam mencapai masyarakat adil dan makmur yang mampu memajukan kesejahteraan umum, negara Indonesia harus mengoptimalkan seluruh sumber daya ekonomi, terutama mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Untuk mengoptimalkan sumber daya manusia tersebut, diperlukan pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai tumpuan pertumbuhan ekonomi nasional, peningkatan nilai tambah Kekayaan Intelektual sebagai basis dari Ekonomi Kreatif yang memberikan manfaat ekonomi secara masif dengan sumber daya intelektual bangsa, perancangan dan pengembangan Skema Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual serta Sistem Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual sebagai stimulus pengembangan ekosistem Ekonomi Kreatif, optimalisasi potensi Pelaku Ekonomi Kreatif melalui pemanfaatan Kekayaan Intelektual hasil kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif, peningkatan ketahanan ekosistem Ekonomi Kreatif, dan perlindungan terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif.

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang berpotensi untuk dikembangkan. Hal ini seiring dengan mulai berkurangnya ketersediaan sumber daya alam untuk dieksploitasi. Pemerintah mulai memberikan perhatian pada ekonomi kreatif melalui Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif. Pemerintah telah menetapkan 16 subsektor ekonomi kreatif yang terdiri dari aplikasi dan pengembangan games, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film/animasi/video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi/radio. Selain itu pemerintah juga telah menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 ini

mengatur mengenai pembiayaan Ekonomi Kreatif, pemasaran produk Ekonomi Kreatif berbasis Kekayaan Intelektual, infrastruktur Ekonomi Kreatif, insentif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif, tanggung jawab Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah serta peran serta masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Kreatif, dan penyelesaian sengketa Pembiayaan. Pembiayaan ekonomi kreatif bersumber dari APBN, APBD, dan/atau sumber lainnya yang sah. Dalam pengembangan ekonomi kreatif, pemerintah dan/atau pemerintah daerah dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, dan/atau media.

Selain peraturan perundang-undang tersebut diatas, pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Presiden Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif (Rindekraf) Nasional Tahun 2018-2025. Dalam Rindekraf dijelaskan bahwa Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari suatu ide atau gagasan kekayaan intelektual yang mengandung keorisinalan, lahir dari kreativitas intelektual manusia, berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, keterampilan, serta warisan budaya. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Menurut Badan Ekonomi Kreatif Indonesia menuju 2025, yang dikutip oleh Rohmat Aldy Purnomo, ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak sebatas pada karya yang berbasis seni dan budaya, namun

juga bisa berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, engineering dan ilmu telekomunikasi. Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.

1) Kreativitas (Creativity)

Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (thinking out of the box). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

2) Inovasi (Innovation)

Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi.

3) Penemuan (Invention)

Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Ekonomi kreatif membicarakan spektrum yang sangat, yakni segala aspek yang bertujuan meningkatkan daya saing dengan menggunakan kreativitas individu yang dilihat dengan kaca mata ekonomi. Industri kreatif adalah bagian dari ekonomi kreatif dan berfokus pada industrinya masing-masing.

Perkembangan ekonomi kreatif kabupaten Lombok Utara setiap tahun menunjukkan perkembangan yang pesat. Adapun potensi ekonomi kreatif di Kabupaten Lombok Utara untuk dikembangkan yang termasuk dalam sub sektor usaha mikro, kecil dan menengah antara lain fashion (mode), fotografi, kuliner, seni pertunjukan, kriya, musik, film animasi video, seni rupa; dan desain produk.

Dalam menghadapi perubahan global dan penguatan hak pribadi masyarakat untuk memanfaatkan dan mengembangkan perekonomian, Pemerintah Daerah Kabupaten Lombok Utara perlu melakukan pengembangan ekonomi kreatif yang bertumpu pada keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan dengan tetap menempatkan kebhinekaan sebagai suatu yang hakiki dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia. Selain itu, pengembangan ekonomi kreatif harus tetap memperhatikan keadaan asli dari masyarakat Lombok Utara. Jumlah penduduk akan menjadi salah satu modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif pada masa sekarang dan yang akan datang karena memiliki fungsi ganda, di samping sebagai aset sumber daya manusia, juga berfungsi sebagai sumber potensi.

Dengan demikian, pengembangan ekonomi kreatif di Lombok Utara dapat dijadikan sarana untuk menciptakan kesadaran akan identitas nasional dan kebersamaan dalam keragaman. Pengembangan ekonomi kreatif ini dilakukan dengan pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat dan pembangunan yang berorientasi pada pengembangan wilayah, bertumpu kepada masyarakat, dan bersifat memberdayakan masyarakat yang mencakupi berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, pemasaran, ilmu pengetahuan dan teknologi, keterkaitan lintas sektor, kerja sama antarnegara, pemberdayaan usaha kecil, serta tanggung jawab dalam pemanfaatan sumber kekayaan alam dan budaya.

Pembangunan ekonomi kreatif di Lombok Utara dapat dijadikan sarana pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu dan/atau kelompok masyarakat untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu dan/atau kelompok masyarakat tersebut. untuk menciptakan kesadaran akan identitas nasional dan kebersamaan dalam keragaman. Pembangunan dan pengembangan ekonomi kreatif dilakukan dengan pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat dan pembangunan yang berorientasi pada pengembangan wilayah, bertumpu kepada masyarakat, dan bersifat memberdayakan masyarakat yang mencakupi berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, pemasaran, ilmu pengetahuan dan teknologi, keterkaitan

lintas sektor, kerja sama antar negara, pemberdayaan usaha kecil, serta tanggung jawab dalam pemanfaatan sumber kekayaan alam dan budaya.

Produk ekonomi kreatif merupakan suatu kekayaan intelektual yang dihasilkan dan dimiliki oleh seorang pencipta dibidang seni, sastra dan ilmu pengetahuan atau seorang penemu dibidang teknologi (investor). Oleh karenanya sangat wajar jika suatu produk ekonomi kreatif merupakan suatu kekayaan yang perlu diberi penghargaan sebagai suatu karya yang memiliki nilai ekonomi sekaligus perlu mendapatkan perlindungan atas hak kekayaan intelektualnya. Fakta bahwa potensi pasar karya kreatif di dalam dan luar negeri sangat besar dan memiliki kecenderungan terus berkembang, semakin memperkuat alasan pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) atas produk ekonomi kreatif, dengan tujuan agar pencetus ide kreatif dan inovasi tersebut mendapatkan manfaat ekonomi atas karya intelektualnya.

Meskipun sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan, namun regulasi tersebut menjadi tanpa makna jika produk-produk ekraf tidak didaftarkan hak kekayaan intelektualnya. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan HKI oleh undang-undang berfokus pada pendaftaran. Pada kenyataannya, kesadaran akan HKI di Indonesia masih rendah. Hal ini dapat dilihat dari masih rendahnya HKI ekraf yang didaftarkan dan maraknya pembajakan dan *plagiat* karya kreatif di Indonesia yang sangat merugikan pelaku ekraf. Komitmen pemerintah daerah Kabupaten Lombok Utara untuk membangun dan mengembangkan ekraf sebagai bagian penting pembangunan ekonomi nasional diwujudkan melalui pengaturan mengenai pengembangan ekonomi kreatif dalam Peraturan daerah. Untuk itulah Naskah Akademik ini disusun agar dapat menjadi patokan pembuat kebijakan untuk mengembangkan perekonomian dan kekreativan pengembangan ekonomi kreatif kabupaten Lombok Utara melalui pembentukan Peraturan Daerah (Perda) tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

1.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang dapat di identifikasikan terkait dengan pengaturan pengembangan ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

- 1) Kebijakan pemerintah daerah kabupaten Lombok Utara yang belum secara terpadu mengatur usaha ekonomi kreatif secara strategis dalam menopang ketahanan masyarakat, memajukan pembangunan , padahal bidang ini justru berkembang pesat, dan tentunya perkembangan ini jika dikelola dengan baik, maka dapat meningkatkan kesejahteraan daerah dan meningkatkan perekonomian masyarakat (kemakmuran dan kesejahteraan). Dampak positif lainnya adalah dapat memperluas dan meratakan kesempatan berusaha serta mendorong pembangunan daerah.
- 2) Pengaturan pengembangan ekonomi kreatif di kabupaten Lombok Utara ini yang akan menjadi pemicu pengelolaan usaha yang menimbulkan dampak besar dimasa yang akan datang. Permasalahan tersebut harus dipecahkan atau diselesaikan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten dan DPRD melalui pembentukan Perda Pengembangan Ekonomi Kreatif yang mempertimbangkan seluruh aspek secara holistik, sistematis dan komprehensif.

1.3. Maksud dan Tujuan Penyusunan Naskah Akademik

Maksud penyusunan Naskah Akademik Perda pengembangan ekonomi kreatif, antara lain sebagai berikut:

- 1) Tersusunnya dasar-dasar pemikiran, prinsip-prinsip dasar, materi muatan Rancangan Peraturan Daerah yang dilandasi kajian ilmiah dalam bentuk laporan Naskah Akademik dan Rancangan Peraturan Daerah yang sistematis, komprehensif, holistik, dan futuristik.
- 2) Memuat gagasan konkret yang berlandaskan nilai-nilai filosofis, yuridis, dan sosiologis mengenai pentingnya Perda kabupaten Lombok Utara yang mengatur Pengembangan Ekonomi Kreatif, sehingga dengan landasan tersebut Pemerintahan Daerah dapat mewujudkan Visi kabupaten Lombok Utara menjadi kabupaten yang Inovatif, Sejahtera, dan Religius.

Tujuan naskah akademik adalah suatu pengkajian terhadap suatu masalah untuk memberikan solusi atas masalah tersebut. Solusi tersebut dapat dipertanggungjawabkan dalam bentuk Rancangan Peraturan Daerah. Artinya tepat bahwa naskah akademik yang di susun ini adalah rangkaian agenda membangun konstruksi berfikir bahwa Peraturan Daerah yang mengatur Pengembangan Ekonomi Kreatif menjadi semakin penting bagi masyarakat, khususnya masyarakat di kabupaten Lombok Utara. Secara substansif, penulisan naskah akademik ini dimaksudkan untuk memberikan justifikasi akademik atas penyusunan Raperda Ekonomi kreatif, yang tujuannya adalah:

- 1) Sebagai dasar ilmiah penyusunan kebijakan Peraturan Daerah Pengembangan Ekonomi Kreatif di kabupaten Lombok Utara.
- 2) Melakukan analisis akademik mengenai berbagai aspek dari Peraturan Ekonomi Kreatif yang hendak dirancang dengan melakukan pengkajian secara mendalam mengenai dasar-dasar yuridis, filosofis dan sosiologis, dan komitmen politik (politik hukum). Serta mengkaji taraf harmonisasi dan sinkronisasi peraturan daerah yang hendak dirancang dengan peraturan perundang-undangan yang berkaitan, baik pada level di atasnya maupun pada level yang setara. Sehingga dikemudian hari tidak terjadi permasalahan yang berkaitan dengan substansi dan proses pembentukan Perda tersebut (misalnya bertentangan dengan Peraturan yang lebih tinggi atau prosesnya yang tidak sesuai dengan pedoman penyusunan Perda).
- 3) Sebagai wahana yang memuat materi muatan yang di dalamnya dilengkapi cakupan materi, urgensi, konsepsi, landasan, alas hukum, prinsip-prinsip yang digunakan serta pemikiran tentang norma-norma yang disajikan dalam bentuk uraian sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmu hukum sesuai politik hukum yang dikehendaki Pemerintahan Daerah kabupaten Lombok Utara. Sehingga dapat memberikan kejelasan dan pandu arah mengenai Pembentukan Perda Ekonomi kreatif dan implementasinya dikemudian hari.

1.4. Metode Penyusunan Naskah Akademik

Metode yang digunakan dalam penyusunan naskah akademik ini adalah metode Yuridis Normatif dan Yuridis Empiris (Sosio legal), uraian di bawah ini:

a) Yuridis Normatif

Metode yuridis normatif digunakan sebagai cara untuk melakukan pengayaan bahan-bahan dalam penulisan naskah akademis ini. Metode ini dilakukan dengan mempelajari berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan otonomi daerah, perekonomian dan kreativitas, buku, dokumen, laporan, dan literatur lainnya. Metode ini sangat berguna terutama untuk hal yang berkaitan dengan pengembangan dan pengaplikasian teori-teori dan data yang menunjang guna menjawab permasalahan yang ada.

b) Yuridis Empiris

Metode ini merupakan metode sosio legal yang menekankan pada data primer yang berasal dari lapangan, pengambilan data dilakukan dengan :

- Wawancara dengan stakeholder yang terlibat dalam penyelenggaraan ekonomi kreatif dan pariwisata di KLU. Wawancara atau FGD bertujuan untuk menggali data-data primer yang berasal dari lapangan (diskusi dan tanya jawab).
- FGD (*focus group discussion*) dapat dilakukan beberapa kali dan bertahap (sesuai materi pembahasan) yang dilakukan selain menggali data primer mengenai usaha pengembangan ekonomi kreatif daerah KLU juga untuk melihat politik hukum pemerintah daerah, untuk itu FGD harus dihadiri sekurang-kurangnya beberapa stakeholder, meliputi: (1) Bagian Hukum; (2) Dinas Koperasi dan UMKM, (3). Dinas Pariwisata, (4). Bappeda (5). Pelaku Usaha ekonomi kreatif (6). Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KLU (7). BUMD KLU (8). SKPD terkait (9) Pakar Perekonomian Daerah yang memberikan penilaian kualitas naskah akademik; (10) Masyarakat dan pemerhati perekonomian; (11) Tim Penyusun Naskah Akademik. Dalam metode ini, juga dapat digunakan observasi yang mendalam serta

penyebarluasan kuesioner untuk mendapatkan data faktor non hukum yang berpengaruh terhadap peraturan daerah.

Secara sistematis penyusunan naskah akademik dilakukan melalui tahapan-tahapan yang runtut dan teratur. Tahapan yang dilakukan melalui:

- 1) Identifikasi permasalahan terhadap pengembangan Ekonomi Kreatif di KLU (penelitian normatif dan empiris)
- 2) Inventarisasi data primer dan data sekunder (bahan-bahan hukum) yang terkait dengan sarana perekonomian kreatif.
- 3) Sistematika data primer dan sekunder
- 4) Analisis data primer dan sekunder bahan hukum.
- 5) Perancangan dan penulisan Naskah Akademik dan Rancangan Peraturan Daerah.

Melalui rangkaian tahapan ini diharapkan mampu memberi rekomendasi yang mendukung perlunya orientasi pemahaman terhadap prasarana Perekonomian di KLU, sehingga penting untuk dibuat kebijakan hukum melalui Peraturan Daerah yang berkualitas dan partisipatif.

BAB II

KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS

2.1. Kajian Teoritis

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan yang berasal dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia (2009), Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Ekonomi Kreatif Menurut *United Nations Conference On Trade and Development* (UNCTAD) didefinisikan sebagai siklus produksi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai masukan utamanya.

Definisi Industri Kreatif berdasarkan UK DCMS Task Force (1988) Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari kreatifitas individu, keterampilan, dan bakat yang secara potensial menciptakan kekayaan, dan lapangan pekerjaan melalui eksploitasi dan pembangkitan kekayaan intelektual dan daya cipta. Adapun Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2007) menggunakan definisi industri kreatif sebagai berikut: "Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Sedangkan Ekonomi kreatif menurut Simatupang (2007), industri kreatif yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreatifitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama indudtri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

Menurut I Gusti Bagus Arjana Ekonomi Kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi. Menurut Mari Elka Pangestu Ekonomi Kreatif merupakan wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumberdaya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas.

Menurut Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Ekonomi Kreatif adalah konsep ekonomi yang digerakkan oleh kreativitas yang berasal dari pengetahuan dan ide yang dimiliki oleh sumber daya manusia untuk mencari solusi inovatif terhadap permasalahan yang dihadapi.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Menurut Badan Ekonomi Kreatif Indonesia menuju 2025, yang dikutip oleh Rohmat Aldy Purnomo, ekonomi kreatif merupakan

suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak sebatas pada karya yang berbasis seni dan budaya, namun juga bisa berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, engineering dan ilmu telekomunikasi. Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.

1. Kreativitas (Creativity)

Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (thinking out of the box). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

2. Inovasi (Innovation)

Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi.

3. Penemuan (Invention)

Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya.

Menurut Latuconsina, menyatakan bahwa sumberdaya Manusia (SDM) kreatif adalah syarat untuk mengisi peranan dalam industri kreatif. industri kreatif adalah jalan untuk membangun ekonomi kreatif atau ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge based

economy). Dan ekonomi modal ini adalah fondasi ekonomi yang dibangun berdasarkan sinergisitas antara talenta SDM dan keunggulan alam, yang ditandai dengan pertumbuhan cepat, penambahan nilai yang tinggi, serta perspektif sosial yang positif.

Pengertian ekonomi kreatif menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, dalam Pasal 1 angka 1 menyebutkan bahwa Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.

Jenis-jenis Ekonomi Kreatif menurut Perpres No. 142 Tahun 2018 yang merupakan industri berbasis kreativitas adalah:

- 1) Aplikasi dan Game developer; Yaitu suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan dan aturan.
- 2) Arsitektur; Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro sampai dengan level mikro (misalnya: arsitektur taman, desain interior, dan lainnya).
- 3) Desain interior; Yaitu kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior, menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan dan kenyamanan publik.
- 4) Desain Komunikasi Visual; Yaitu suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan fine art.
- 5) Desain produk; Yaitu Layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi,

- nilai dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik.
- 6) Musik; Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
 - 7) Fesyen; Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya.
 - 8) Film, Animasi, Video; yaitu karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audiovisual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi. Animasi yaitu Tampilan Frame ke Frame dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa. Video yaitu sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.
 - 9) Fotografi; Yaitu sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu obyek foto dengan
 - 10) Kriya; Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.
 - 11) Kuliner; Yaitu kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi dan kearifan lokal, diakui oleh lembaga kuliner sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut,

- untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.
- 12) Penerbitan dan percetakan; Yaitu daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media daring menggunakan perangkat elektronik, ataupun media baru untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.
 - 13) Periklanan; Yaitu Bentuk Komunikasi melalui media tentang produk/merek kepada khalayak sasaran agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa, kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi suatu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamphlet, edaran brosur dan relame sejenis, distribusi dan delivery advertising atau sampels, serta penyewaan kolom untuk iklan.
 - 14) Seni Pertunjukan; Yaitu cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton, baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh atau tarian yang terjadi secara langsung didalam ruang dan waktu yang sama, disini dan kini.
 - 15) Seni Rupa; cabang seni yang membentuk karya seni dengan media yang bisa ditangkap mata dan dirasakan dengan rabaan. Kesan ini diciptakan dengan mengolah konsep titik, garis, bidang, bentuk, volume, warna, tekstur, dan pencahayaan dengan acuan estetika.
 - 16) Televisi dan Radio; Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games,

kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.

- 17) Riset dan Pengembangan Industri kreatif; pada riset dan pengembangan meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan.

2. Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif

Di dalam bidang ekonomi kreatif, terdapat beberapa ciri yang dapat menggambarkan seperti apa sektor ekonomi kreatif tersebut. Berikut adalah ciri-ciri utama dari ekonomi kreatif.

a. Memiliki Kreasi Intelektual

Ciri-ciri ekonomi kreatif yang pertama ialah memiliki kreasi intelektual. Kreasi intelektual yang dimaksud ialah sangat dibutuhkannya kreativitas serta keahlian lainnya dalam masing-masing jenis sektor.

b. Mudah Diganti

Mudah diganti yang dimaksud ialah, suatu jenis inovasi dalam bidang ekonomi kreatif harus selalu dikembangkan sesuai dengan aktivitas ekonomi, maka dari itu kreasi dan inovasi yang ada diharapkan mudah diganti untuk menyesuaikan pasar dan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

c. Distribusi Secara Langsung dan Tidak Langsung

Adanya distribusi secara langsung dan tidak langsung menjadi salah satu ciri suatu ekonomi kreatif, pasalnya hal tersebut didasarkan pada kebijakan yang ada di dalam perusahaan serta dengan memperhatikan kebutuhan konsumen.

d. Memerlukan Kerja Sama

Kerja sama merupakan hal penting yang selalu hadir dalam setiap bidang pekerjaan. Dalam bidang ekonomi kreatif misalnya, kerja sama antara pihak pengusaha dan pemerintah yang mengatur kebijakan sangatlah penting untuk kelancaran proses yang sedang dijalani.

e. Berbasis pada Ide

Ide merupakan hal utama yang harus disiapkan dalam bidang ekonomi kreatif. Ide dari setiap kepala pasti berbeda-beda, maka dari itu gagasan tersebut harus dikembangkan demi menciptakan inovasi dan kreativitas dalam bidang ekonomi kreatif.

6. Tidak Memiliki Batasan

Tidak memiliki batasan dalam bidang ekonomi kreatif dapat diartikan bahwa inovasi dan kreativitas dari setiap orang yang terlibat dalam menciptakan suatu produk di bidang tersebut tidak memiliki batasan yang pasti.

3. Pengertian dan Istilah Hak Kekayaan Intelektual

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau *Intellectual Property Rights* (IPRs) merupakan hak ekonomis yang diberikan oleh hukum kepada seorang pencipta atau penemu atas suatu hasil karya dari kemampuan intelektual manusia. Hak ekonomis adalah imbalan yang pantas bagi pencipta ataupun penemu atas suatu ciptaan dan penemuan sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. Hak Kekayaan Intelektual merupakan asset untuk pertumbuhan ekonomi yang berbasis ilmu pengetahuan di era pasar bebas ASEAN mendatang. HKI merupakan hak atas suatu cipta karya yang dihasilkan melalui upaya pendayagunaan mental dan pikiran disertai dengan pengorbanan waktu, energi dan bahkan juga biaya. HKI merupakan jenis benda bergerak tidak berwujud (*intangible movables*) yang dikenal pertama kali pada negara yang dengan sistem hukum anglo saxon (*common law system*).

Negara memberikan perlindungan hukum atas HKI dengan tujuan menghindari penyalahgunaan Hak Kakayaan Intelektual oleh orang yang tidak berhak. Hak Kekayaan intelektual (HKI) atau istilah dalam bahasa inggris *Intellectual Property Rights* adalah salah satu hak yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia. Pengertian *Intellectual Property Right* (IPR) adalah yang mengatur segala karya-karya yang lahir karena adanya kemampuan intelektual manusia. Selain istilah *intellectual property*, juga dikenal dengan istilah *intangible property*, *creative property*, dan *incorporeal property*.

Hak Kekayaan Intelektual dapat dikatakan sebagai bagian atau golongan dari hukum perdata. Hukum perdata adalah hukum yang mengatur kepentingan seseorang secara pribadi. Kekayaan intelektual merupakan kepentingan seseorang yang harus mendapatkan perlindungan terhadapnya sehingga perlindungan tersebut diatur dalam hukum perdata yang menjamin hak seseorang secara pribadi. Hak atas kekayaan intelektual merupakan hukum perdata dengan dasar-dasar yang telah diuraikan di atas. Namun, dapat digolongkan hukum pidana apabila terdapat pelanggaran atas hak tersebut yang diatur pada pasal 100 sampai dengan pasal 103 BAB XVIII Ketentuan Pidana Undang- 29 Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, dimana sudut pidana tersebut hanya pada pelanggarannya saja sedangkan mengenai perlindungan dan permohonan bersifat perdata yang mengatur kepentingan subjek hukum atas hasil kekayaan intelektualnya secara pribadi.

Hak Kekayaan Intelektual merupakan hak eksklusif yang diberikan negara kepada para kreator, inventor, atau pendesain atas hasil kreasi atau temuannya yang mempunyai nilai komersial baik langsung secara otomatis atau melalui pendaftaran pada instansi terkait sebagai penghargaan, pengakuan hak yang patut diberikan perlindungan hukum. Dirjen HKI secara umum membuat pembagian Hak Kekayaan Intelektual dalam dua kategori, yaitu:

- a. Hak Cipta Hak cipta adalah hak eksklusif yang diberikan kepada pemilik hak cipta atas karya dibidang seni, sastra, dan ilmu pengetahuan yang telah direalisasikan dalam bentuk nyata yang memiliki nilai ekonomi. Hak eksklusif tersebut menurut pasal 4 Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, maksudnya adalah hak yang hanya ditujukan pada pencipta atau pembuat suatu hasil karya, dimana hak tersebut tidak dapat dimanfaatkan oleh pihak lain tanpa pemberian izin dari pencipta atau pembuatnya. Pemegang hak kekayaan intelektual yang

bukan pencipta atau pembuatnya hanya memiliki sebagian dari hak eksklusif tersebut yang berupa hak ekonomi.

b. Hak Kekayaan Industri Hak Kekayaan Industri dalam hal ini meliputi:

- 1) Paten Paten pada prinsipnya berupaya melindungi karya ilmuwan yang menemukan penemuan di bidang teknologi atau yang disebut invensi. Adapun yang dimaksud dengan invensi adalah ide inventor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses. Sedangkan inventor yaitu orang yang menghasilkan invensi.
- 2) Merek Suatu produk barang dan jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum diberi suatu tanda tertentu, yang berfungsi sebagai pembeda dengan produk barang dan jasa lainnya yang sejenis. Tanda tertentu maksudnya adalah tanda pengenal bagi produk barang dan jasa yang bersangkutan, yang lazimnya disebut dengan Merek.
- 3) Desain Industri
UUDI memberi definisi Desain Industri sebagai suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis, atau warna atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang menimbulkan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan.
- 4) Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu Desain tata letak adalah kreasi berupa rancangan peletakan tiga dimensi dari berbagai elemen, sekurang-kurangnya satu dari elemen tersebut adalah elemen aktif, serta sebagian atau semua interkoneksi dalam suatu sirkuit terpadu dan peletakan tiga dimensi tersebut dimaksudkan untuk persiapan pembuatan sirkuit terpadu. Sirkuit terpadu adalah suatu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi, yang di dalamnya terdapat berbagai elemen dan sekurang-kurangnya satu dari

elemen tersebut adalah elemen aktif, yang sebagian atau seluruhnya saling berkaitan serta dibentuk secara terpadu di dalam sebuah bahan semi-konduktor yang dimaksudkan untuk menghasilkan fungsi elektronik.

- 5) Rahasia Dagang Rahasia dagang merupakan informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan bisnis, mempunyai nilai ekonomis karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang.
- 6) Varietas Tanaman Menurut pasal 1 angka (1) UU PVT, Varietas Tanaman adalah sekelompok tanaman dari suatu jenis atau spesies yang ditandai oleh bentuk tanaman, pertumbuhan tanaman, daun, bunga, buah biji, dan ekspresi karakteristik genotipe atau kombinasi genotipe yang dapat membedakan dari jenis atau spesies yang sama oleh sekurang-kurangnya satu sifat yang menentukan dan apabila diperbanyak tidak mengalami perubahan. Pasal 2 ayat (1) UU PVT menyatakan bahwa Varietas yang dapat diberi PVT meliputi varietas dari jenis atau spesies tanaman yang baru, unik, seragam, stabil, dan diberi nama.

Adapun prinsip dasar perlindungan kekayaan intelektual adalah sebagai berikut:

- a. Keadilan Pencipta sebuah karya sebagai hasil dari kemampuan intelektualnya memperoleh imbalan berupa perlindungan dan pengakuan hasil karyanya.
- b. Ekonomi Hak milik intelektual merupakan bentuk kekayaan bagi pemiliknya yang akan mendatangkan keuntungan.
- c. Kebudayaan Pengakuan terhadap karya, karsa, cipta manusia dapat membangkitkan semangat dan minat dalam menghasilkan ciptaan atau penemuan baru yang berguna untuk meningkatkan taraf kehidupan, peradaban dan martabat manusia.
- d. Sosial Hak yang diberikan oleh hukum kepada subjek hukum untuk kepentingan seluruh masyarakat dalam bentuk produk yang dapat dimanfaatkan

4. Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif.

Indikator keberlangsungan ekonomi kreatif pada industri kreatif melalui 5 proses, yaitu :

- a) Kreasi Kreasi merupakan sebuah sinonim untuk kata karya, yang artinya menciptakan. menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum yang menghasilkan gagasan dan berdasarkan pengalaman. Dimensi dari tahap kreasi ada tujuh, yaitu :
 1. Sumber Daya Manusia (SDM), Ketersediaan SDM yang menciptakan atau berkreasi di bidang subsektor unggulan, misalnya pengarang, koreografer, komposer, pematung, sutradara, animator dll. Selain itu juga terdapat ketersediaan lembaga pendidikan yang mendorong penciptaan kreator handal di subsektor unggulan. Misalnya sekolah vokasi, sanggar, studio, dokumentasi, dll.
 2. Pengetahuan, ketersediaan literatur yang mendorong munculnya kreator di subsektor unggulan seperti buku, refrensi, dokumen, kliping, berita film.
 3. Inovasi, Kegiatan melakukan modifikasi, diversifikasi, inovasi. Atau Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi.
 4. Teknologi, ketersediaan teknologi khusus yang digunakan untuk tahap kreasi. Selain itu juga terdapat ketersediaan infrastruktur dalam mendukung tahap kreasi seperti jalan raya, jaringan listrik, internet, frekuensi radio/televisi, jaringan telepon.
 5. Ketrampilan, Ketersediaan ketrampilan khusus pada tahap kreasi, misalnya ketrampilan berijazah/bersertifikat. Selain itu juga ada pelatihan, workshop, kursus, lembaga pendidikan formal/non formal pada tahap kreasi.
 6. Pembiayaan, ketersediaan lembaga keuangan yang mendukung tahap kreasi, seperti perbankan, non perbankan.

7. Jaringan (network), ketersediaan jejaring untuk mendukung tahap kreasi di tingkat lokal, nasional dan internasional.

b) Produksi

Adalah Suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Produksi juga sebagai suatu proses mengubah kombinasi berbagai input menjadi output. Produksi tidak hanya terbatas sebagai proses pembuatan saja tetapi hingga pemasarannya.¹⁰

Dimensi dari tahap produksi ada delapan, yaitu:

1. Sumber Daya Manusia (SDM), meliputi ketersediaan SDM pada tahap produksi. Misalnya, pekerja, pengawas, manajer (tenaga ahli/profesional).
2. Bahan baku, meliputi ketersediaan bahan baku untuk tahap produksi yang berasal dari berbagai sumber. Sumber berdasarkan kualitas, kuantitas dan harga; ketersediaan, pola, pemanfaatan dan penyimpanan, akses pemenuhan kebutuhan.
3. Standar dan sertifikasi serta pengendalian mutu, meliputi ketersediaan pengendalian mutu bahan baku, konten, kemasan pada tahap produksi.
4. Teknologi dan pengelolaan, meliputi ketersediaan teknologi yang mendukung tahap produksi, misalnya mesin; ketersediaan pengelolaan produksi, kualitas produk, pengemasan dan penyimpanan.
5. Infrastruktur, meliputi ketersediaan sarana yang mendukung tahap produksi. Seperti alat transportasi, akses, internet, mesin, komputer. Ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung tahap produksi seperti jalan raya, jaringan listrik, internet, frekuensi radio/televisi, jaringan telepon.
6. Pembiayaan, ketersediaan lembaga keuangan yang mendukung tahap produksi, seperti perbankan dan non perbankan.
7. Jejaring/network, ketersediaan jejaring untuk mendukung tahap produksi di tingkat lokal, nasional, internasional.
- 8) Pergudangan, ketersediaan sarana untuk penyimpanan seperti gudang, gedung, galery, museum.

c) Distribusi

Kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan)¹¹ dimensi dari distribusi adalah:

1. Sumber daya manusia Ketersediaan sarana untuk penyimpanan seperti gudang, storage, gedung, gallery, museum.
2. Modal distribusi Ketersediaan sarana dan prasarana distribusi misalnya angkutan darat, laut, udara.
3. Delivery produk Ketersediaan sistem distribusi produk seperti kualitas produk terjaga, tepat waktu, minim penolakan.
4. Teknologi Teknologi Kemasan dan Labelling. Ketersediaan teknologi yang berguna untuk mengidentifikasi produk, keterangan isi/kandungan, berfungsi sebagai alat promosi, identifikasi produk, kualitas.
5. Infrastruktur Ketersediaan infrastruktur yang mendukung tahap distribusi. Misalnya jalan raya, jembatan, listrik, jaringan telepon, jaringan internet.
6. Pembiayaan Ketersediaan lembaga keuangan yang mendukung tahap distribusi seperti perbankan, non perbankan.
7. Network/ Jaringan Ketersediaan jejaring untuk mendukung tahap distribusi di tingkat lokal, nasional, internasional misalnya komunitas 8) Pergudangan atau Penyimpanan
8. Ketersediaan sarana untuk penyimpanan seperti gudang, manajemen gudang, server, biaya pergudangan dan keamanan.

d) Tahap Konsumsi

Suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Dimensi dari tahap konsumsi ada delapan yaitu:

1. Konsumen Ketersediaan pengetahuan tentang kebutuhan konsumen seperti evaluasi demand, perluasan demand, segmentasi konsumen, peningkatan selera konsumen.
2. Pengetahuan Ketersediaan sumber pengetahuan pada tahap konsumsi seperti buku, referensi, dokumen, kliping berita, film.
3. Utilitas Keperluan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, sekolah, tempat kerja.
4. Teknologi Ketersediaan teknologi untuk mempermudah tahap konsumsi.
5. Infrastruktur dan Sarana Ketersediaan infrastruktur yang mendukung tahap konsumsi misalnya jalan raya, jaringan listrik, internet, frekuensi radio/televisi, jaringan telepon. Ketersediaan sarana untuk mendukung tahap konsumsi seperti alat transportasi, aneka retail, bioskop, gedungpertunjukan, galery, studio, teater.
6. Pembiayaan Ketersediaan lembaga keuangan yang mendukung tahap konsumsi seperti perbankan, non perbankan.
7. Network/Jaringan Ketersediaan jejaring komunitas untuk mendukung tahap konsumsi di tingkat lokal, nasional, internasional.
8. Pemasaran Ketersediaan teknik pemasaran, riset & pengembangan pasar, peta demand, kesesuaian dengan produksi dan kapasitas daya dukung, waktu pendistribusian.

e) Tahap Konversi

Upaya pelestarian lingkungan, tetapi tetap memperhatikan manfaat yang dapat diperoleh pada saat itu dengan tetap mempertahankan keberadaan setia komponen lingkungan untuk pemanfaatan masa depan. Dimensi dari tahap konservasi ada delapan yaitu:

1. Sumber daya manusia Ketersediaan SDM pada tahap konservasi misalnya kolektor, kurator.
2. Pengetahuan tentang konservasi Pemahaman/pengetahuan tentang sejarah, proses pembuatan, kepemilikan, harga, nilai, kuantitas, risiko kelangkaan, kekayaan intelektual. substansi/materi, bahan pengawet/perawatan.

3. Keberlanjutan kreasi/utilitas Ketersediaan mekanisme yang menjamin keberlanjutan misalnya pameran, diskusi, simulasi, online dan offline, kolaborasi, dilombakan, simulasi produksi turunan.
4. Teknologi dan Pengelolaan Ketersediaan teknologi, mesin yang mendukung tahap konservasi. Ketersediaan pengelolaan konservasi, kualitas produk, pengemasan, penyimpanan.
5. Infrastruktur, Sarana dan Prasarana Media Ketersediaan infrastruktur yang mendukung tahap konservasi misalnya jalan raya, jembatan, listrik, jaringan telepon, jaringan internet. Ketersediaan sarana dan media untuk mendukung tahap konservasi misalnya perpustakaan, museum, koleksi pribadi, galeri, cloud, gedung, alat penyimpanan, alat pameran, penjelasan, petugas informasi, simulasi.
6. Pembiayaan Ketersediaan lembaga keuangan yang mendukung tahap konservasi seperti perbankan, non perbankan
- 7) Network/ Jaringan Ketersediaan jejaring komunitas untuk mendukung tahap konsumsi di tingkat lokal, nasional, internasional.
7. Diseminasi sebagai cikal bakal (seed) inovasi Ketersediaan tempat/kegiatan yang menginspirasi munculnya inovasi ekraf selanjutnya. Misalnya pameran, diskusi, simulasi, online dan offline, kolaborasi, komunitas, dilombakan, simulasi produksi turunan.

5. Ruang Kreatif.

Ada sejumlah prasyarat tambahan bagi sebuah kabupaten/ kota untuk benar-benar kreatif. Ada 7 prasyarat dan juga sejumlah faktor kolektif, seperti rangsangan lingkungan, keamanan, kebebasan dari gangguan dan sebagainya. Juga kehadiran universitas dan lembaga pendidikan lainnya dan aspek yang lebih tidak berwujud seperti sistem nilai, gaya hidup dan identifikasi masyarakat dengan kabupaten/ kota mereka untuk merangsang pemikiran kreatif. Ketujuh syarat tersebut adalah:

- a. kualitas pribadi;
- b. kemauan dan kepemimpinan;
- c. keragaman manusia dan akses ke beragam bakat;

- d. budaya organisasi;
- e. identitas lokal;
- f. ruang dan fasilitas perkotaan; dan
- g. dinamika jaringan (Landry, 2008).

Kota dapat menjadi kreatif dengan beberapa kondisi ini, tetapi akan beroperasi dengan baik hanya jika semua prasyarat ini terpenuhi. Perkembangan faktor kunci yang buruk seperti kemauan politik atau struktur organisasi dapat membahayakan proses kreatif. Kreativitas urban sulit diwujudkan, karena berarti menyatukan beragam aktor, agen dan kelompok kepentingan dari berbagai latar belakang, dan dengan aspirasi, potensi, dan budaya yang berbeda. Prasyarat ini sekarang diperiksa secara rinci. Kualitas pribadi melibatkan kehadiran individu yang tidak hanya memiliki pikiran terbuka tetapi juga bersedia mengambil risiko intelektual dengan gaya belajar yang menumbuhkan budaya kreasi dan membuka kemungkinan serta merangsang orang lain dalam memadukan kualitas imajinatif. Dalam lingkungan seperti itu, tidak ada penekanan pada satu pemikir dan pencipta didukung oleh staf pendukung, tetapi pada budaya inovatif di seluruh organisasi dari individu yang diberdayakan (Florida, 2003).

Prasyarat penting lainnya untuk keberhasilan organisasi kreatif adalah bahwa budaya organisasi (Landry, 2008, hlm. 112) harus tidak terlalu kaku, lebih terbuka untuk belajar dan mengambil risiko serta melanggar aturan, daripada berfokus pada hierarki, departemen yang berlebihan. dan struktur yang terfokus secara internal. Fokus organisasi harus pada pembelajaran seumur hidup, bergerak di sepanjang perkembangan tanpa akhir. Terakhir, organisasi kreatif harus menjadi tempat di mana semua anggotanya didorong untuk belajar dan tempat yang dapat belajar untuk mengubah kondisi pembelajarannya secara demokratis. Menumbuhkan identitas lokal yang kuat (Landry, 2008, hal. 118), membuat kota terlihat melalui makanan, lagu, manufaktur atau tradisi lainnya adalah aset yang sangat penting. Kota-kota bersejarah telah membangun keuntungan; mereka memiliki lapisan bertekstur

sejarah dan membangun sisa-sisa untuk bekerja dengan memproyeksikan keunikan dan kekhasan mereka. Namun, kesuksesan bersejarah juga bisa menjadi beban. Hal ini dapat menciptakan arogansi dan penolakan terhadap perubahan dan inovasi.

Prasyarat lainnya adalah ketersediaan ruang dan fasilitas perkotaan (Landry, 2008, P. 119). Ruang publik mencakup ruang pertemuan dan kesempatan baik untuk pertemuan informal maupun pertemuan yang lebih formal, seperti seminar. Ruang publik dapat berfungsi sebagai etalase untuk ide-ide tentang kreativitas dan aktivitas yang dihasilkan di semua bagian kota dan tempat di mana publik dapat berkumpul, mulai dari museum hingga kafe, alun-alun, bioskop, restoran, teater, dan perpustakaan. Oleh karena itu, penting untuk memiliki kuantitas, kualitas dan variasi, dan akses ke kombinasi fasilitas dan fasilitas untuk mendorong proses kreatif di kota, di mana ada peluang untuk mengubah pengetahuan teoretis menjadi aplikasi praktis. Sangat penting bahwa harus ada tanah dan bangunan dengan harga terjangkau, terutama untuk bisnis muda dan wirausahawan sosial. Namun ruang publik tidak hanya harus dipikirkan secara fisik. Ini juga merupakan arena di mana pertukaran dapat terjadi melalui berbagai bentuk komunikasi, termasuk surat kabar dan dunia maya. Sistem informasi dan komunikasi yang canggih dan pusat-pusat dukungan diperlukan untuk mendukung sumber daya pendidikan.

Aspek terakhir adalah jaringan dan struktur terkait (Landry, 2008, hlm. 125). Jaringan memiliki dua aspek: jaringan dalam komunitas dan jaringan eksternal, atau bahkan internasional. Jaringan dalam komunitas menciptakan banyak interaksi tetapi juga menciptakan loyalitas dan hubungan antara sub-komunitas yang berbeda di kota. Pengembangan kemitraan antara kelompok yang berbeda dengan pandangan dan peran yang berbeda merupakan kemungkinan yang menarik dalam hal ini. Kemitraan publik, swasta dan sukarela telah menyatukan orang-orang, masing-masing ahli di sektor mereka, tetapi tidak saling mengenal. Menghubungkan komunitas perkotaan baik dengan diri mereka sendiri

maupun ke tempat lain adalah masalah penting. Penting untuk mengatur dan mengembangkan layanan informasi perkotaan seperti perpustakaan atau departemen hubungan masyarakat pemerintah daerah, mendorong jaringan yang berorientasi internasional. Penting juga untuk merangsang praktik terbaik dan benchmarking karena benchmarking menyebarkan informasi tentang praktik dan inovasi yang baik, dan mendorong peserta untuk mencapai lebih banyak melalui upaya mereka.

2.2. Kajian Terhadap Asas/ Prinsip yang berlaku di dalam peraturan daerah tentang ekonomi kreatif

a. Asas – asas dalam peraturan daerah tentang Ekonomi Kreatif

Tujuan utama dari dikembangkannya Ekonomi Kreatif yakni untuk mengakui, menghargai dan mengembangkan budaya dari perbedaan kondisi ekonomi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan riil dari suatu masyarakat dan lingkungan disekitarnya yang bertujuan untuk meningkatkan kondisi ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Pengembangan ekonomi kreatif tersebut didasarkan pada pengembangan akan potensi sumber daya manusia untuk mencapai kondisi ekonomi yang ideal dengan tetap memperhatikan nilai-nilai sosial, kemajuan budaya dan keberlanjutan lingkungan. Perbedaan kondisi ekonomi maupun perbedaan budaya yang dimiliki oleh komunitas sosial tertentu bukanlah menunjukkan bahwa suatu komunitas tersebut memiliki eksklusifitas dibandingkan dengan komunitas lainnya. Namun perbedaan ini harus dimaknai sebagai nilai positif dalam rangka menciptakan usaha-usaha kreatif yang mampu menciptakan produk-produk baru yang bernilai ekonomis.

Asas dasar yang melandasi pengembangan ekonomi kreatif yakni industri kultural (cultural industries) dan industri kreatif (creative industries). Pengembangan ekonomi kreatif ini tidak bisa dilepaskan dari nilai-nilai kreatifitas.

Bidang-bidang Usaha yang termasuk dalam Industri Kreatif meliputi :

- 1) Aplikasi dan Game developer
- 2) Arsitektur
- 3) Desain interior

- 4) Desain Komunikasi Visual
- 5) Desain produk
- 6) Musik
- 7) Fesyen
- 8) Film, Animasi, Video
- 9) Fotografi
- 10) Kriya
- 11) Kuliner
- 12) Penerbitan dan percetakan
- 13) Periklanan
- 14) Seni Pertunjukan
- 15) Seni Rupa
- 16) Televisi dan Radio
- 17) Riset dan Pengembangan Industri kreatif

Landasan filosofis perlindungan ekonomi kreatif adalah Pancasila yang merupakan konstruksi pikir (ide) yang mengarahkan hukum kepada apa yang dicita-citakan. Pancasila berfungsi sebagai pilar dasar terwujudnya cita-cita sebuah masyarakat. Peradaban Indonesia dengan segala bentuk ragam dan corak yang menawarkan sesuatu yang berbeda dengan budaya negaranegara lain merupakan nilai luhur yang harus mendapat pengakuan, penghargaan dan perlindungan hukum. Nilai luhur ini merupakan dasar terbentuknya kreatifitas yang juga merupakan modal dasar terbentuknya ekonomi kreatif. Pancasila selaku sumber dari segala sumber hukum dan jiwa bangsa memuat nilai-nilai dasar dalam rangka pengakuan hak-hak masyarakat dalam mengembangkan industri kreatif.

b. Kajian Terhadap Asas/ Prinsip yang Terkait Dengan Penyusunan peraturan daerah tentang ekonomi kreatif.

Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2004 mengatur beberapa prinsip mengenai Perda: kepala Daerah menetapkan peraturan daerah dengan persetujuan DPRD; Perda dibentuk dalam penyelenggaraan otonomi, tugas pembantuan dan penjabaran lebih

lanjut peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi. Prinsip pengembangan Ekonomi Kreatif sesuai dengan tujuan pembangunan berkelanjutan; b. visi dan misi; c. tujuan dan ruang lingkup; dan d. arah kebijakan, sasaran, strategi, dan pemangku kepentingan. Upaya-upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif di dalam Peraturan Daerah ini didasarkan pada prinsip-prinsip:

- 1) Prinsip Kekeluargaan
- 2) Prinsip Demokrasi Ekonomi
- 3) Prinsip Kebersamaan
- 4) Prinsip Efisiensi Berkeadilan
- 5) Prinsip Berkelanjutan
- 6) Prinsip Berwawasan Lingkungan
- 7) Prinsip Kemandirian
- 8) Prinsip Keseimbangan Kemajuan
- 9) Prinsip Kesatuan Ekonomi Nasional
- 10) Prinsip Persaingan Sehat

Peraturan Daerah ini memuat substansi pengaturan tentang ruang lingkup Ekonomi Kreatif, kriteria Industri Kreatif yang dikembangkan, upaya - upaya pengembangannya serta mekanisme perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, monitoring dan evaluasi upaya-upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Peraturan daerah sebagai salah satu jenis peraturan perundang-undangan dalam pembentukannya tidak luput dari asas formal dan material. Apalagi substansinya merupakan norma sentral dalam mewujudkan secara lebih konkret isi otonomi di suatu daerah. Untuk mendapatkan kualitas peraturan daerah yang seperti itu, maka dalam pembentukannya harus didasarkan pada beberapa asas.

Menurut Van der Vlies sebagaimana dikutip oleh Hamid Attamimi dan Maria Farida, secara umum membedakan dua kategori asas pembentukan peraturan perundang-undangan yang patut (*algemene beginselen van behoorlijk regelgeving*), yaitu asas formal dan asas material.

Asas-asas formal meliputi:

a. Asas tujuan jelas

Asas ini terdiri dari tiga tingkat: kerangka kebijakan umum bagi peraturan yang akan dibuat, tujuan tertentu bagi peraturan yang akan dibuat dan tujuan dari berbagai bagian dalam peraturan.

b. Asas Lembaga yang Tepat

Asas ini menghendaki agar suatu organ memberi penjelasan bahwa suatu peraturan tertentu memang berada dalam kewenangannya, dan agar suatu organ, khususnya pembuat undang-undang, memberi alasan mengapa ia tidak melaksanakan sendiri pengaturan atas suatu materi tertentu tetapi menugaskannya kepada orang lain.

c. Asas urgensi/perlunya pengaturan

Jika tujuan sudah dirumuskan dengan jelas, masalah berikutnya adalah apakah tujuan itu memang harus dicapai dengan membuat suatu peraturan.

d. Asas dapat dilaksanakan

Asas ini menyangkut jaminan-jaminan bagi dapat dilaksanakannya apa yang dimuat dalam suatu peraturan.

e. Asas konsensus

Asas ini berisi bahwa perlu diusahakan adanya konsensus antara pihak-pihak yang bersangkutan dan pemerintah mengenai pembuatan suatu peraturan serta isinya

Asas-asas material meliputi:

a. Asas kejelasan terminologi dan sistematika

Menurut asas ini, suatu peraturan harus jelas, baik kata-kata yang digunakan maupun strukturnya.

b. Asas bahwa peraturan perundang-undangan mudah dikenali

Menurut asas ini, suatu peraturan harus dapat diketahui oleh setiap orang yang perlu mengetahui adanya peraturan itu

c. Asas kesamaan hukum

Asas ini menjadi dasar dari semua peraturan perundang-undangan, peraturan tidak boleh ditujukan kepada suatu kelompok tertentu yang dipilih secara semauanya.

d. Asas kepastian hukum

Asas ini menghendaki agar harapan (ekspektasi) yang wajar hendaknya dihormati; khususnya ini berarti bahwa peraturan harus memuat rumusan norma yang tepat, bahwa peraturan tidak diubah tanpa adanya aturan peralihan yang memadai, dan bahwa peraturan tidak boleh diperlakukan surut tanpa alasan yang mendesak. Asas ini menghendaki agar harapan (ekspektasi) yang wajar hendaknya dihormati; khususnya ini berarti bahwa peraturan harus memuat rumusan norma yang tepat, bahwa peraturan tidak diubah tanpa adanya aturan peralihan yang memadai, dan bahwa peraturan tidak boleh diperlakukan surut tanpa alasan yang mendesak.

Asas-asas formal dan material yang ada di atas merupakan asas pembentukan peraturan-perundang-undangan yang juga telah diakomodir dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. Asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan ini akan menjadi pijakan dasar dalam pembuatan Peraturan Daerah Perubahan tentang Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Lombok Barat.

Meskipun bukan merupakan norma hukum, asas-asas ini bersifat normatif karena pertimbangan etik yang masuk ke dalam ranah hukum. Asas-asas pembentukan peraturan perundangundangan ini penting untuk diterapkan karena dalam era otonomi luas dapat terjadi pembentuk Perda membuat suatu peraturan atas dasar intuisi sesaat bukan karena kebutuhan masyarakat.

Pada prinsipnya asas pembentukan peraturan perundang-undangan sangat relevan dengan asas umum administrasi publik yang baik (general principles of good administration) sebagai berikut:

- a. Asas kepastian hukum (principle of legal security),
- b. Asas keseimbangan (principle of proportionality),
- c. Asas kesamaan dalam pengambilan keputusan pangreh (principle of equality),
- d. Asas bertindak cermat (principle of carefulness),

- e. Asas motivasi untuk setiap keputusan pangreh (principle of motivation),
- f. Asas jangan mencampuradukan kewenangan (principle of non misuse of competence),
- g. Asas permainan yang layak (principle of fair play),
- h. Asas keadilan atau kewajaran (principle of reasonableness or prohibition of arbitrariness),
- i. Asas menanggapi pengharapan yang wajar (principle of meeting raised expectation),
- j. Asas meniadakan akibat-akibat suatu keputusan yang batal (principle of undoing the consequences of an annulled decision),
- k. Asas perlindungan atas pandangan hidup (cara hidup) pribadi (principle of protecting the personal way of life),
- l. Asas kebijaksanaan (sapientia), m) Asas penyelenggaraan kepentingan umum (principle of public service).

Asas-asas umum administrasi publik yang baik ini bersifat umum dan adaptif terhadap keunikan jenis pelayanan yang diselenggarakan terhadap masyarakat, termasuk dalam hal Reperda tentang pembangunan pariwisata berkelanjutan. Urgensi asas ini karena sangat mungkin Perda yang dibentuk muatannya tidak baik tapi pelaksanaannya baik, atau sebaliknya aturannya baik tapi penyelenggaranya menerapkannya dengan tidak baik. Berdasarkan Asas-asas tersebut di atas merupakan landasan dalam penyusunan Reperda tentang pembangunan pariwisata berkelanjutan yang akan disusun.

2.3. Kajian Terhadap Praktik Penyelenggaraan, Kondisi yang ada, serta permasalahan yang dihadapi.

1) Letak wilayah.

Kabupaten Lombok Utara merupakan salah satu dari 10 (sepuluh) Kabupaten/Kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat, yang posisinya terletak di bagian utara Pulau Lombok dengan posisi antara 080 21' 42" Lintang Selatan dan 1160 09' 54" Bujur Timur, dengan batas-batas wilayah sebagai berikut :

- a) Sebelah Utara : Laut Jawa;
- b) Sebelah Barat : Selat Lombok dan Kabupaten Lombok Barat;

- c) Sebelah Selatan : Kabupaten Lombok Barat dan Kabupaten Lombok Tengah, dan;
- d) Sebelah Timur : Kabupaten Lombok Timur.

Kabupaten Lombok Utara beribukota di Tanjung yang sekaligus sebagai pusat Pemerintahan. Kabupaten Lombok Utara mempunyai luas wilayah daratan 809.53 Km² yang terdiri dari wilayah khusus (hutan lindung, kawasan margasatwa, dll) seluas 361,86 Km² (44,30%) dan sisanya daratan rata untuk lahan pertanian dll seluas 447,67 Km² 55,30%). Luas wilayah perairan Lombok Utara adalah 594,71 Km² dengan panjang pantai 127 Km.

Berdasarkan UU Nomor 26 Tahun 2008 tentang Pembentukan Kabupaten Lombok Utara di Provinsi Nusa Tenggara Barat, KLU terbagi dalam 5 Kecamatan dengan ibukota kabupaten terletak di Kecamatan Tanjung. Lima kecamatan tersebut yaitu :

1. Kecamatan Bayan

Bayan adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Lombok Utara dengan luas wilayah 329,10 km² atau 32.910 Ha. Letaknya paling ujung timur kabupaten yang baru seumur jagung tersebut, menjadi wilayah yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Lombok Timur. Bayan mempunyai tempat pariwisata yang indah, yaitu Air Terjun Sendang Gile atau yang sering disebut oleh orang lokal sebagai Batu Ko' (batu kerbau). Menurut cerita rakyat setempat, Sendang Gile dulu merupakan tempat bidadari mandi ketika turun ke bumi. Dari Bayan juga kita dapat melakukan tracking/pendakian ke Danau Segara Anak di Gunung Rinjani.

2. Kecamatan Kayangan

Kecamatan Kayangan memiliki luas wilayah sebesar 126,35 Km² atau 12.635 Ha, dengan wilayah sekitar \pm 10 km arah Timur Barat dan \pm 20 km arah Utara Selatan dengan jumlah penduduk 40.204 jiwa yang terbagi dalam Delapan Desa.

3. Kecamatan Gangga

Kecamatan Gangga dengan luas wilayah 157,35 km² atau 15.735 Ha, memiliki penduduk sebanyak 45.154 jiwa. Potensi bahan galian

golongan C di Kabupaten Lombok Utara, yang terdapat di kecamatan ini secara umum menunjukkan adanya potensi cadangan bahan galian C dalam jumlah yang cukup besar, seperti bahan galian trass, batu apung dan batu andesit.

4. Kecamatan Tanjung

Kecamatan Tanjung, terdiri dari 7 Desa yaitu Desa Sigar Penjalin, Desa Tanjung, Desa Jenggala, Desa Medana, Desa Tegal Maja, Desa Teniga dan Desa Sokong. Di Kecamatan Tanjung, terdapat beberapa kawasan yang sangat menarik, diantaranya adalah kawasan wisata Pantai Sira, dengan hotel Tugu yang baru dibangun dan juga kawasan bersejarah di desa Medana dengan hotel Oberoi yang terkenal. Luas wilayah kecamatan ini adalah 115,64 Km² atau 11.564 Ha, dengan penduduk sebanyak 45.954 jiwa. 5. Kecamatan Pemenang Pemenang adalah batas paling barat yang memisahkan Lombok Barat dan Lombok Utara.

5. Kecamatan Pemenang

Kecamatan pemenang dicanangkan sebagai pusat Pariwisata di Kabupaten Lombok Utara. Daerah wisata yang terkenal di Kecamatan ini adalah Wisata tiga gili, yaitu Gili Air, Gili Meno, dan Gili Trawangan. Ketiga gili ini merupakan aset penting bagi pengembangan wisata di kawasan Lombok Utara. Luas Kecamatan Pemenang adalah 81,09 Km² atau 8.109 Ha, dengan penduduk sejumlah 31.367 jiwa.

Kabupaten Lombok Utara merupakan pemekaran dari Kabupaten Lombok Barat sesuai dengan Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2008 dengan memiliki 5 (lima) Kecamatan yaitu Pemenang, Tanjung, Gangga, Kayangan dan Bayan sedangkan Ibukotanya bertempat di Tanjung. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dan mempercepat pelayanan kepada masyarakat serta mengakomodasi aspirasi masyarakat yang didasarkan atas kriteria kemampuan ekonomi, potensi daerah, kondisi sosial budaya dan sosial politik, luas daerah, jumlah penduduk dan berbagai pertimbangan lainnya yang telah ditetapkan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia. Secara administratif Kabupaten Lombok Utara terbagi dalam 5 (lima) Kecamatan, 43

Desa dan 371 Dusun, yang mana Kecamatan Bayan memiliki luas wilayah terbesar dengan luas wilayah daratan 329,10 m² (40,66 %) dan terkecil adalah Kecamatan Pemenang dengan luas wilayah daratan 81,09 Km² (10,01 %).

Tabel 2.1. Luas Daerah Kabupaten Lombok Utara dirinci Menurut Kecamatan

| No | Kecamatan | Luas Wilayah | | | | | |
|----|---------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|
| | | Daratan | | Lautan | | Total | |
| | | Km ² | Persen tase | Km ² | Persen tase | Km ² | Persen tase |
| 1 | Pamenang | 81,09 | 10,01% | - | - | 81,09 | 5,77% |
| 2 | Tanjung | 115,64 | 14,28% | 302,26 | 50,82% | 417,90 | 29,76% |
| 3 | Gangga | 157,35 | 19,44% | 100,33 | 16,87% | 257,68 | 18,35% |
| 4 | Kayangan | 126,35 | 15,61% | - | - | 126,35 | 9,00% |
| 5 | Bayan | 329,10 | 40,66% | 192,12 | 32,30% | 521,22 | 37,12% |
| | Jumlah | 809,53 | 100,00% | 594,71 | 100,00% | 1.404,24 | 100,00% |

Sumber : Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka, 2020

Luas wilayah perairan hampir sebanding dengan luas wilayah daratan yang digunakan untuk lahan pertanian, perindustrian, pemukiman, Perikanan tambak, industri, pariwisata, pelabuhan, dll. Ini artinya hampir seluruh kecamatan di Lombok Utara memiliki wilayah lautan yang berpengaruh pada kebijakan penyelenggaraan pemerintahan di setiap kecamatan yang harus meliputi kebijakan pengelolaan wilayah daratan dan wilayah lautan dengan misi yang memuat peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan pengelolaan berdasar potensi unggulan di wilayah yang bersangkutan (masing-masing kecamatan).

Tabel 2.2. Jumlah Dusun di Kabupaten Lombok Utara Dirinci Menurut Kecamatan

| No | Kecamatan | Jumlah | | |
|----|---------------|-----------|------------|------------|
| | | Desa | Dusun | % Dusun |
| 1 | Pemenang | 5 | 69 | 18 |
| 2 | Tanjung | 8 | 38 | 10 |
| 3 | Gangga | 8 | 61 | 16 |
| 4 | Kayangan | 10 | 97 | 25 |
| 5 | Bayan | 12 | 106 | 30 |
| | Jumlah | 43 | 371 | 100 |

Sumber : Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka, 2020

2) Penggunaan Lahan Eksisting.

Kegiatan sosial ekonomi identik dengan jenis pekerjaan masyarakatnya. Kabupaten Lombok Utara, selain dikenal dengan kawasan pariwisata yang memiliki pesona alam yang luar biasa, dan mampu menyerap banyak tenaga kerja dibidang pariwisata, namun terdapat beberapa masyarakatnya yang memilih bermata pencaharian sebagai petani, pedagang, serta pegawai negeri sipil.

Kegiatan perekonomian masyarakat Kabupaten Lombok Utara nampak pada klasifikasi penjabaran dari penggunaan lahan wilayah di Kabupaten Lombok Utara. Penggunaan lahan perkebunan rakyat di Kabupaten Lombok Utara di lihat dari jenis tanaman yang dilaksanakan oleh kelompok pertanian/ perkebunan terdiri dari : Perkebunan Kelapa dengan luas areal mencapai 10.574,62 dengan hasil produksi 11.397,08 ton, Tanaman kopi areal tanam seluas 1.315,57 dengan hasil produksi mencapai 780,46 ton, Cengkeh areal seluas 895,10 Ha dengan hasil produksi mencapai 230,26, Jambu Mete arealnya 14.621,00 Ha dengan hasil produksi 3.102,65 ton, Panili seluas 236,84 Ha dengan hasil mencapai 52,60, Kapas areal seluas 605 Ha dengan hasil 177,50 ton, Perkebunan asam seluas 16,62 Ha dengan hasil mencapai 50 ton dan Kegiatan pertanian perkebunan dibidang tanaman Pinang seluas 44,33 Ha dengan hasil mencapai 55,35 ton denngan kegiatan pertanian perkebunan rakyat dimaksudkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Keterangan luas tanah dan penggunaan lahan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.3. Luas Lahan dan Status Penggunaan Lahan Dirinci Per Kecamatan Kabupaten Lombok Utara 2009/2010

| No | Kecamatan | Lahan Kering (ha) | | | | | | Lain-lain | Jumlah |
|----|--------------|-------------------|---------------|----------------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | | Pekara-ngan | Tegal/kebun | Ladang/Padang rumput | Hutan rakyat | Hutan Negara | Perkebunan | | |
| 1. | Pemenang | 166 | 1,743 | - | - | 3,548 | 2,052 | 183 | 7,692 |
| 2. | Tanjung | 266 | 2,365 | - | - | 5,037 | 2,915 | 267 | 10,850 |
| 3. | Gangga | 204 | 2,331 | - | - | 5,408 | 5,893 | 661 | 14,497 |
| 4. | Kayangan | 204 | 2,622 | 75 | - | 5,767 | 1,181 | 167 | 10,016 |
| 5. | Bayan | 268 | 7,659 | 4.030 | 5,213 | 8,391 | 3,124 | 747 | 29,432 |
| | Total | 1.108. | 16,720 | 4,105 | 5,213 | 28,151 | 15,165 | 2.025 | 72,487 |

Sumber: Materi Teknis RTRW Kabupaten Lombok Utara 2011-2031

3) Kawasan Peruntukan Industri (KPI).

Kawasan Peruntukan Industri (KPI) di Kabupaten Lombok Utara berupa Bandar Kayangan seluas 1.097,52 Ha yang terbagi di Kecamatan Kayangan seluas 1.047,74 Ha dan Kecamatan Bayan seluas 49,78 Ha.

4) Kawasan Pariwisata

Kawasan Pariwisata (W) di Kabupaten Lombok Utara berupa Kawasan Pariwisata Alam seluas 384,57 Ha yang berada di Kecamatan Pemenang. Selain itu terdapat objek wisata lainnya seperti di Kecamatan Bayan meliputi Taman Nasional Gunung Rinjani, Air Terjun Tiu Kelep, Air Terjun Sendang Gile, Desa Tradisional Senaru, Masjid Kuno Bayan Baleq, dan Desa Tradisional Segenter, di Kecamatan Gangga meliputi Air Terjun Kerta Raharja, Air Terjun Tiu Pupus, Dusun Seelos, Pantai Kerakas, dan Pantai Lempenge, di Kecamatan Kayangan meliputi Air Terjun Sesait, Masjid Kuno Gumantar, dan Pantai Ketapang, di Kecamatan Pemenang meliputi Kawasan Pusuk dan Malaka, serta di Kecamatan Tanjung meliputi Arung Jeram Tangak Pekatan dan Pantai Sire.

5) Demografi.

Jumlah penduduk Kabupaten Lombok Utara menurut data Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara tahun 2020 tercatat sebanyak 247.400 jiwa terdiri dari 124.169 laki-laki dan 123.231 perempuan. Penduduk terbesar ada di Kecamatan Tanjung 54.242 jiwa dari total penduduk yang ada di Kabupaten Lombok Utara. Kecamatan yang jumlah penduduknya paling sedikit adalah Kecamatan Pemenang dengan jumlah penduduk 39.864 jiwa dari total penduduk di Kabupaten Lombok Utara.

Persebaran penduduk yang tidak merata mengakibatkan beberapa kecamatan mengalami kepadatan penduduk yang cukup tinggi seperti

Kecamatan Pemenang dan Kecamatan Tanjung. Pada kedua kecamatan tersebut kepadatan penduduk mencapai 491,6 dan 469,1 jiwa setiap kilometer persegi.

Penduduk merupakan potensi yang harus diberdayakan dengan baik untuk mencapai kemajuan. Penduduk juga merupakan objek dan subjek pembangunan. Perkembangan penduduk, tenaga kerja, dan mobilitas penduduk menjadi indikator yang penting dalam pembangunan. Kepadatan penduduk adalah banyaknya penduduk dalam suatu luas tertentu (jiwa/km²). Jumlah penduduk pada suatu daerah dipengaruhi oleh perkembangan penduduk akibat natalitas, mortalitas, dan migrasi.

Jumlah penduduk untuk Tahun 2016 di Kabupaten Lombok Utara dengan jenis kelamin Laki-laki mencapai 104.573 jiwa atau 49,32%, sedangkan perempuan mencapai 108.663 jiwa atau 50,68% dengan total jumlah penduduk mencapai 214.393, sebagai bahan perbandingan dapat dilihat bahwa jumlah penduduk pada Tahun 2020 sesuai dengan hasil sensus yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara yaitu mencapai 247.400 dengan tingkat perkembangan penduduk antara tahun 2016 sampai tahun 2020 untuk Kecamatan Gangga peningkatan jumlah penduduk mencapai 8.824 jiwa atau meningkat 20,73% yang merupakan tingkat perkembangan penduduk tertinggi di antara kecamatan lainnya di ikuti oleh Kecamatan Bayan mencapai 8.009 jiwa atau meningkat 20,14%.

Sedangkan untuk kecamatan Tanjung mengalami peningkatan sebanyak 6.324 jiwa atau 13,2% disusul oleh Kecamatan Pemenang mencapai 3.998 jiwa atau 11,15% dan kecamatan Bayan mengalami peningkatan sebanyak 5.375 jiwa atau meningkat 11,02%. Secara totalitas perkembangan penduduk dari tahun 2016 s/d 2020 mengalami peningkatan hingga mencapai 33.077 jiwa atau 15,4%. Sedangkan untuk total rumah tangga mencapai 64.090 dengan rata-rata ART mencapai 3,46 untuk tahun 2020.

**Tabel. 2.4. Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Lombok Utara
Tahun 2016-2020**

| No | Kecamatan | Tahun | | | | | Laju Pertum- buhan |
|---------------------|-----------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------------|
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2010- 2020 |
| 1 | Pemenang | 35.866 | 36.388 | 36.895 | 37.381 | 39.864 | 1,98 |
| 2 | Tanjung | 47.918 | 48.411 | 48.880 | 49.319 | 54.242 | 1,91 |
| 3 | Gangga | 42.572 | 42.799 | 43.001 | 43.172 | 51.396 | 2,25 |
| 4 | Kayangan | 39.757 | 40.094 | 40.412 | 40.701 | 47.766 | 2,39 |
| 5 | Bayan | 48.757 | 48.823 | 49.345 | 49.839 | 54.132 | 1,88 |
| Lombok Utara | | 214.393 | 216.515 | 218.533 | 220.412 | 247.400 | 2,08 |

Sumber : BPS Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka 2021

Jumlah penduduk menurut kelompok umur Kabupaten Lombok Utara tahun 2020 menunjukkan penduduk usia produktif (15-64 tahun) sebesar 166.201 jiwa, sedangkan yang belum produktif (<15 tahun) sebesar 70.071 jiwa dan yang tidak produktif lagi (65 tahun keatas) sebesar 11.128 jiwa. Sehingga rasio beban ketergantungan sebesar 32,82% yang berarti setiap 100 penduduk usia produktif menanggung sebanyak 32 orang usia tidak produktif.

6. Kemiskinan

Tingkat kemiskinan di Kabupaten Lombok Utara mengalami penurunan dari 34,13% (72.280 jiwa) pada tahun 2015 menjadi 26,99% (59.860 jiwa) pada tahun 2020. Penurunan Tingkat Kemiskinan di Kabupaten Lombok Utara mengarah pada tren positif namun masih diatas rata-rata tingkat kemiskinan di Nusa Tenggara Barat. Penurunan tingkat kemiskinan di Kabupaten Lombok Utara dan Provinsi Nusa Tenggara Barat dan nasional selengkapnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 2.1 Persentase Penduduk Miskin Kabupaten Lombok Utara, NTB dan Nasional Tahun 2015 – 2020.



Sumber : BPS – Data dan Informasi Kemiskinan Kabupaten Kota 2020

Pada tahun 2020, Persentase penduduk miskin Kabupaten Lombok Utara sebesar 26,99%, berada diatas rata-rata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 13,97% dan berada diatas Nasional sebesar 9,78% serta berada di posisi ke-10 dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lain di Nusa Tenggara Barat. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2.2 Persentase Penduduk Miskin Kabupaten Lombok Utara, Nusa Tenggara Barat , Nasional dan Kabupaten/Kota di NTB Tahun 2020



Sumber : BPS – Data dan Informasi Kemiskinan Kabupaten Kota 2020

Indeks kedalaman kemiskinan (P1) adalah ukuran rata-rata kesenjangan pengeluaran masing-masing penduduk miskin terhadap garis kemiskinan. Semakin tinggi nilai indeks, semakin jauh rata-rata pengeluaran penduduk dari garis kemiskinan. Sedangkan indeks keparahan kemiskinan (P2) memberikan gambaran mengenai penyebaran pengeluaran di antara penduduk miskin. Semakin tinggi nilai indeks, semakin tinggi ketimpangan pengeluaran diantara penduduk miskin. Berdasarkan Tabel diatas, maka tingkat kemiskinan di Kabupaten Lombok Utara masing.

6) Aspek Kesejahteraan Sosial

1) Indeks Pembangunan Manusia

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia (penduduk). IPM menjelaskan bagaimana penduduk dapat mengakses hasil pembangunan dalam memperoleh pendapatan, kesehatan, pendidikan dan sebagainya. IPM dibentuk oleh 3 (tiga) dimensi dasar: (1) Umur panjang dan hidup sehat (a long and healthy life); (2) Pengetahuan (knowledge); (3) Standar hidup layak (decent standard of living). Indikator pada metode baru meliputi: angka harapan hidup, harapan lama sekolah, rata-rata lama sekolah dan pengeluaran per kapita.

Perkembangan IPM Kabupaten Lombok Utara dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 mengalami peningkatan, pada tahun 2016 capaian IPM Kabupaten Lombok Utara sebesar 62,24 meningkat menjadi 64,49 pada tahun 2019 namun pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 64,42. Kondisi tersebut berbanding terbalik dengan kondisi Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Nasional yang mengalami peningkatan pada tahun 2020. Seperti terlihat pada gambar berikut:

Gambar 2.3 Perkembangan Indeks Pembangunan Manusia Kab. Lombok Utara, Provinsi Nusa Tenggara Barat Dan Nasional Tahun 2016-2020



Sumber : BPS – Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka 2020

Pada tahun 2020, IPM Kabupaten Lombok Utara sebesar 64,42, berada dibawah rata-rata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 68,25 dan juga berada dibawah Nasional sebesar 71,94 serta berada di posisi ke-10 dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lain di Nusa Tenggara Barat. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 2.4. Perbandingan Indeks Pembangunan Manusia Kab. Lombok Utara, Provinsi NTB dan Nasional dan Kabupaten/Kota di NTB Tahun 2020



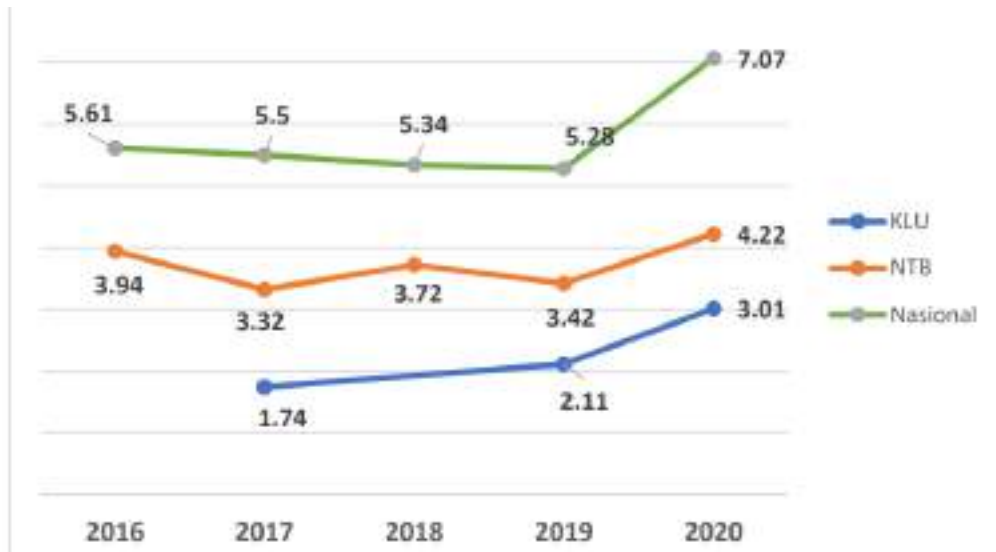
Sumber : BPS – Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Angka 2021.

7) Ketenagakerjaan.

1) Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) merupakan persentase jumlah pengangguran terhadap jumlah angkatan kerja. TPT di Kabupaten Lombok Utara tergolong meningkat yaitu pada tahun 2017 sebesar 1,74% meningkat menjadi sebesar 3,01% (tiga koma nol satu persen) pada tahun 2020. Adapun angka rata-rata TPT di Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah sebesar 4,22 dan Nasional sebesar 7,07% (Agustus 2020).

Gambar 2.5 Tingkat Pengangguran Terbuka di KLU, Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Nasional Tahun 2016 – 2020



Sumber : BPS – Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka 2021

Pada tahun 2020, TPT Kabupaten Lombok Utara sebesar 3,01 %, berada dibawah rata-rata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 4,22% dan Nasional sebesar 7,07% serta berada di posisi ke-2 untuk tingkat pengangguran terbuka paling rendah dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lain disekitarnya, penurunan jumlah TPT di Kabupaten Lombok Utara diantaranya dikarenakan telah selesainya Proyek Strategis Nasional sehingga pekerja sementara di Proyek Strategis Nasional berhenti yang berdampak juga pada jasa penyedia akomodasi dan perdagangan yang praktis juga terhenti dan belum berusaha lagi. Disamping faktor-faktor tersebut, Peningkatan TPT juga sebagai akibat penggunaan teknologi pengganti tenaga manusia. Selengkapnya TPT dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

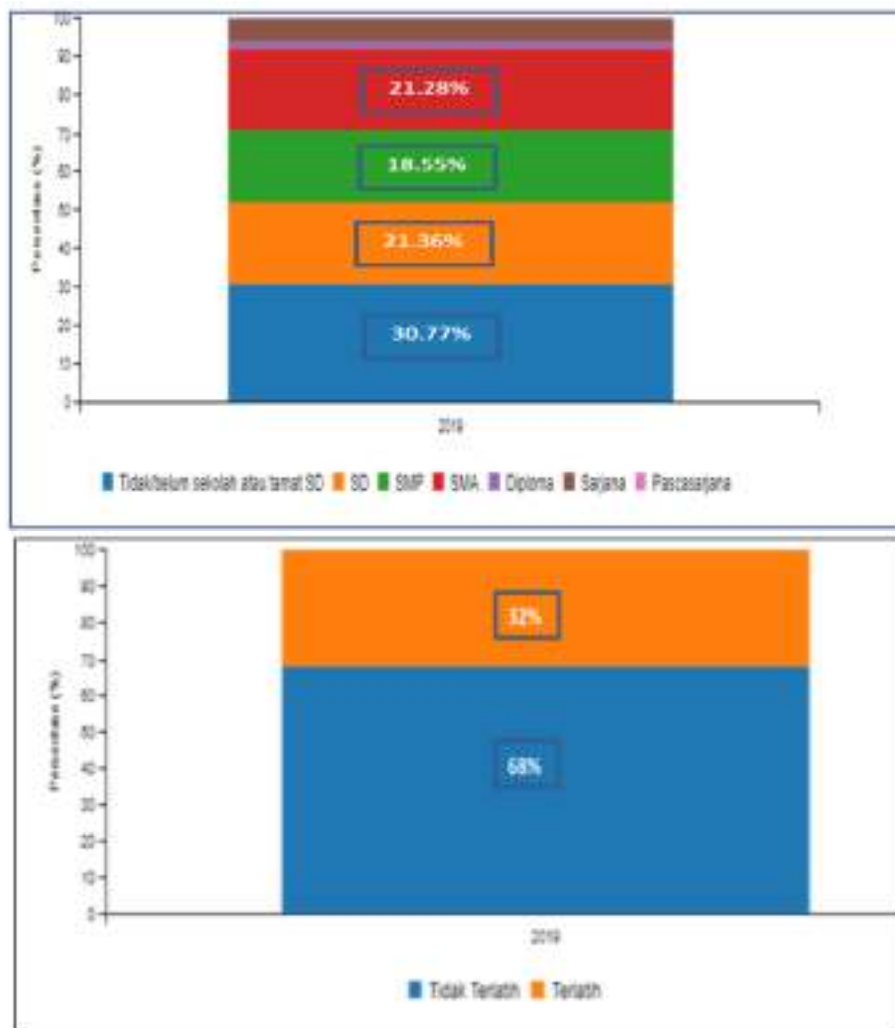
Gambar 2.6 Tingkat Pengangguran Terbuka di Kab. Lombok Utara, Provinsi NTB dan Nasional Serta Kab./Kota di NTB Tahun 2020



Sumber : BPS – Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka 2021

Meskipun data TPT di Lombok Utara lebih baik dibandingkan dengan data di Provinsi maupun nasional, namun daya saing tenaga kerja di Lombok Utara masih menghadapi permasalahan yang besar. Hasil data SAKERNAS 2020, menunjukkan fakta bahwa Angkatan kerja di Kabupaten Lombok Utara dominan pendidikannya dibawah SD sebesar 30,77%, tidak tamat SD dan 21,36% Tamat SD dan hanya sebanyak 32 % penduduk usia kerja yang telah terlatih. Sisanya sebanyak 68% penduduk usia kerja di Kabupaten Lombok Utara belum terlatih dengan keterampilan yang spesifik. Oleh karena itu kedepan, perlu dikembangkan program pelatihan tematik yang lebih variatif baik jenis maupun lingkup sektor-nya yang disesuaikan dengan jenjang pendidikannya. Pembangunan sentra pelatihan ketrampilan tenaga kerja juga perlu dikembangkan untuk mempercepat peningkatan ketrampilan dan daya saing tenaga kerja di Kabupaten Lombok Utara. Gambaran spesifik mengenai tingkat Pendidikan tenaga kerja dan tenaga yang telah terlatih dapat dijelaskan dalam gambar berikut:

Gambar 2.7 Tingkat Pendidikan Penduduk Usia Kerja dan Proporsi yang Terlatih di Kabupaten Lombok Utara Tahun 2019

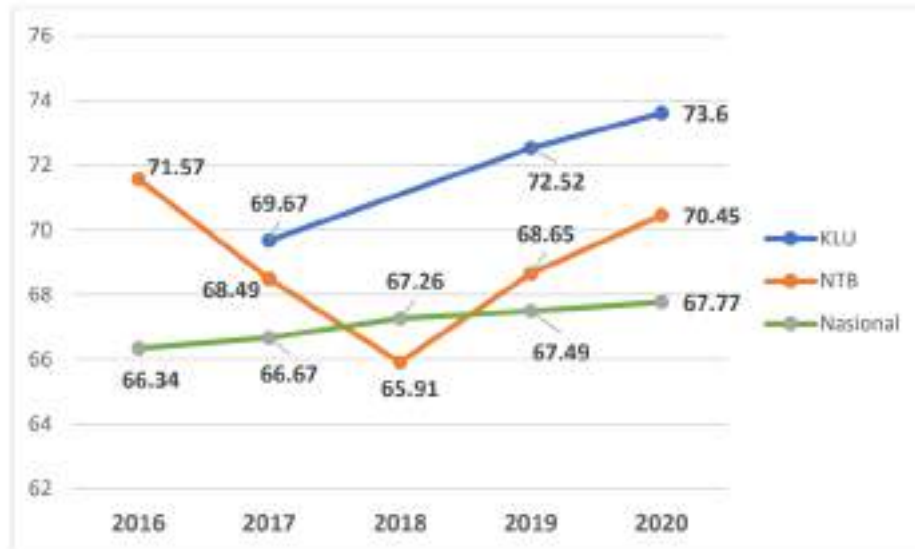


Sumber: SEPAKAT, BAPPENAS, 2020

1. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)

TPAK Kabupaten Lombok Utara dalam kurun waktu tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 menunjukkan perkembangan yang fluktuatif, yaitu pada tahun 2015 sebesar 72,58% kemudian pada tahun 2017 menurun menjadi 69,67% dan tahun 2019 meningkat menjadi sebesar 72,52%. Kondisi tersebut berbeda dengan Provinsi Nusa Tenggara Barat yang mengalami perkembangan fluktuatif dan Nasional yang mengalami perkembangan meningkat. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

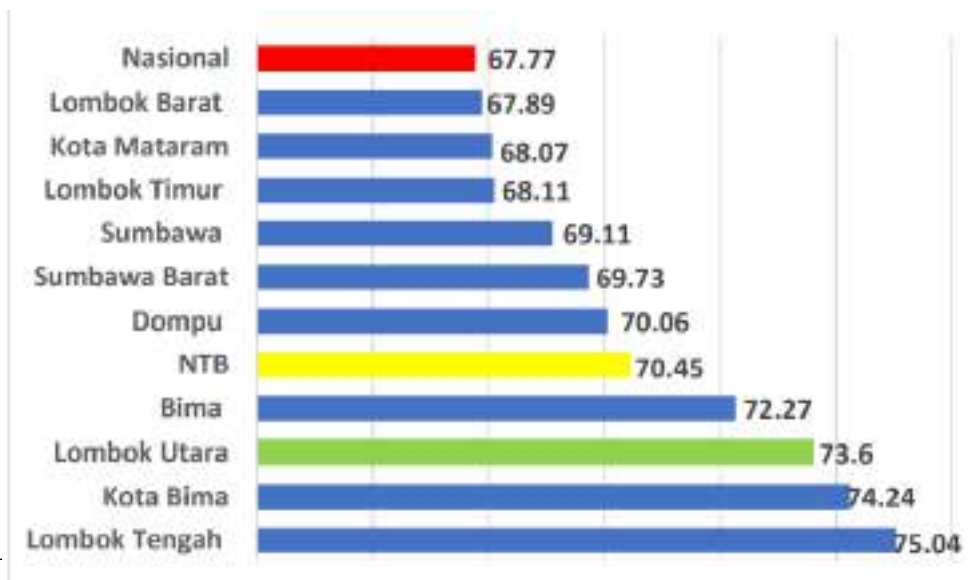
Gambar 2.8 Perkembangan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kabupaten Lombok Utara, Provinsi Nusa Tenggara Barat Dan Nasional Tahun 2016-2020 (%)



Sumber : BPS – Kabupaten Lombok Utara Dalam Angka 2021

Pada tahun 2020, TPAK Kabupaten Lombok Utara sebesar 73,6%, berada di atas rata-rata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 70,45% dan Nasional sebesar 67,77 % serta berada di posisi ke-3 untuk tingkat partisipasi angkatan kerja paling tinggi dibandingkan dengan Kabupaten/Kota lain di Propinsi NTB. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar dibawah.

Gambar 2.9 Perbandingan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kabupaten Lombok Utara, Provinsi Nusa Tenggara Barat Dan Nasional Serta Kabupaten/Kota di NTB Tahun 2020 (%)



Sumber : BPS – Propinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Angka 2021

8. Fokus Seni Budaya

Pembangunan bidang seni budaya sangat terkait erat dengan kualitas hidup manusia dan masyarakat, yaitu untuk mewujudkan masyarakat Lombok Utara yang berakhlak mulia, bermoral, beretika, berbudaya dan beradab. Keberhasilan upaya ini dilihat dari berbagai indikator. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, capaian pembangunan seni budaya sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 2.1 Capaian Kinerja Urusan Kebudayaan Kabupaten Lombok Utara Tahun 2016 – 2020

| NO | URAIAN | SATUAN | Capaian Kinerja | | | | |
|----|---|--------|-----------------|------|------|-------|-------|
| | | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Persentase pelestarian nilai luhur dan kekayaan budaya (Seni, Situs dan Cagar Budaya) | % | - | 46 | 9,11 | 18,81 | 21,99 |
| 2. | Persentase partisipasi masyarakat dalam forum dialog dengan bingkai budaya (%) | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 3 | Persentase ketersediaan bale budaya (%) | % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Sumber : ERSP, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2020

9. Perdagangan.

Pada urusan perdagangan, pemerintah daerah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah memiliki 5 kewenangan yang wajib dilaksanakan, yaitu perizinan dan pendaftaran perusahaan, sarana distribusi perdagangan, stabilisasi harga barang

kebutuhan pokok dan barang penting, pengembangan ekspor dan standardisasi perlindungan konsumen. Kewenangan dalam perijinan dan pendaftaran perusahaan untuk saat ini belum tersedia data di Kabupaten Lombok Utara, lingkupnya ada di penanaman modal.

Pemerintah daerah dalam penyediaan sarana dan prasarana perdagangan yaitu pembangunan dan pengelolaan sarana distribusi perdagangan, dan pembinaan terhadap pengelola sarana distribusi perdagangan masyarakat di wilayah kerjanya. Kontribusi sektor perdagangan terhadap PDRB kabupaten Lombok Utara terus meningkat dari tahun 2015 sebesar 13,52% menjadi 14,4% pada tahun 2019. Dalam pengelolaan sarana dan prasarana perdagangan, saat ini ditahun 2019 Kabupaten Lombok Utara memiliki 17 pasar (pasar tradisional dan pasar desa) dan Jumlah PKL telah mencapai 300 unit. Pada Urusan Perdagangan, capaian indikator kinerja dari tahun 2015- 2019 selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.2 Kinerja Urusan Perdagangan Kabupaten Lombok Utara Tahun 2015 – 2019

| No | Indikator | Satuan | Capaian Kinerja | | | | |
|----|--|--------|-----------------|-------|-------|-------|------|
| | | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 | Kontribusi Sektor Perdagangan Terhadap PDRB Kabupaten Lombok Utara | % | 13,52 | 13,74 | 13,96 | 14,21 | 14,4 |

Sumber : Dinas Koperasi, UKM , Perindustrian dan Perdagangan KLU, 2020

2.4. Kajian terhadap implikasi penerapan sistem yang akan diatur dalam Perda terhadap aspek kehidupan masyarakat.

Salah satu permasalahan terkait kebijakan ekonomi kreatif di Indonesia adalah bahwa sektor ini diletakkan pada lingkup kegiatan ekonomi, bukan pada lingkup kegiatan industri. Akibatnya menjadi bermakna lain. Sebagaimana

diketahui, industri berbeda dengan ekonomi. Ekonomi bermakna luas, sedangkan industri lebih spesifik. Industri memiliki karakter antara lain, kegiatan produksi yang memiliki nilai tambah, hasil produksi dapat dilakukan secara massal dengan cepat dan akurat, proses produksi melibatkan mesin dan ilmu pengetahuan, memiliki sasaran pelanggan yang terukur, dan dapat dilakukan inovasi produksi secara terus menerus. Pada intinya, industri terkait dengan efisiensi, fungsi organisasi produksi maupun pemasaran, ketepatan waktu produksi maupun *delivery*, kecepatan, kapasitas produksi, dan efektivitas. Hal ini berbeda dengan kegiatan ekonomi yang bersifat non industri bersifat tradisional yang berdasarkan keterampilan tangan. Faktor individu sangat menentukan.

Kembali kepada persoalan, mana lebih tepat ekonomi kreatif atau industri kreatif, hal itu tergantung pada orientasinya. Jika orientasi kebijakannya hanya untuk membina potensi atau merawat potensi kreatif penduduk Indonesia sehingga bernilai ekonomi, maka ekonomi kreatif sebagai nomenklatur dalam suatu struktur pemerintahan, menjadi relevan. Akan tetapi, bila orientasinya tidak sekedar menumbuhkan potensi ekonomi dari kegiatan kreatif penduduk, namun lebih jauh untuk menggenjot kegiatan kreatif penduduk menjadi suatu industri tersendiri yang kuat dan besar yang mampu menyumbangkan PDB yang signifikan, maka tentu saja yang tepat adalah dengan menggunakan nomenklatur industri kreatif. Berbicara tentang industri, maka unsur-unsur dan karakteristik industri dalam kegiatan produksi, haruslah dijaga dan dikembangkan sehingga lebih adaptif, inovatif serta efisien dan efektif. Apa yang dilakukan oleh Korea Selatan terhadap industri kreatif mereka yang melahirkan produk kreatif seperti Boyband-boyband mereka yang mendunia ataupun Gangnam Style, merupakan inspirasi yang bagus untuk dipelajari dan diselaraskan dengan konteks industri kreatif dalam negeri. Yang lebih menarik lagi, Korea dengan pintar memanfaatkan kolaborasi antar unsur industri mereka yang telah mendunia, seperti LG, untuk memasarkan ke luar negeri produk-produk industri kreatif negara itu. Belum beberapa tahun berselang, LG pernah mensponsori kedatangan dan penampilan boyband dari

negeri ginseng itu ke Jakarta. Tentu saja yang terangkat tidak saja boyband asal Korea tersebut tapi juga LG sebagai produsen produk-produk elektronik.

Sejauh ini, Indonesia masih menggunakan nomenklatur ekonomi kreatif. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memetakan beberapa kendala terkait pengembangan ekonomi kreatif seperti yang tercantum dalam Renstranya. Kendala-kendala yang dihadapi tersebut antara lain,

- 1) Pengembangan industri kreatif belum optimal, terutama disebabkan kurangnya daya tarik industri, adanya posisi dominan usaha kreatif, model bisnis industri kreatif yang belum matang, serta risiko usaha yang harus dihadapi;
- 2) Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal, terutama disebabkan infrastruktur internet belum memadai, infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar, mahalnya mesin produksi, mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif, kurangnya riset konten, dan kurangnya aktivitas pengarsipan konten;
- 3) Kurangnya perluasan dan penetrasi pasar bagi produk dan jasa kreatif di dalam dan luar negeri, terutama disebabkan oleh kurangnya apresiasi terhadap kreativitas lokal, kurangnya konektivitas jalur distribusi nasional, terkonsentrasinya pasar luar negeri, tingginya biaya promosi, belum diterapkannya sistem pembayaran online, dan rendahnya monitoring terhadap royalti, lisensi, hak cipta;
- 4) Lemahnya institusi industri kreatif, terutama disebabkan oleh belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor industri kreatif; iklim usaha belum cukup kondusif, apresiasi yang rendah dan pembajakan yang tinggi, dan transaksi elektronik belum diregulasi dengan baik;
- 5) Minimnya akses pembiayaan pelaku sektor ekonomi kreatif, terutama disebabkan belum sesuainya skema pembiayaan dengan karakteristik industri kreatif yang umumnya belum *bankable*, *high risk high return*, *cash flow* yang fluktuatif, serta aset yang bersifat *intangible*; dan

- 6) Pengembangan sumber daya ekonomi kreatif belum optimal, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia, antara lain masalah kelangkaan bahan baku, kurangnya riset bahan baku, kesenjangan antara pendidikan dan industri, serta standardisasi dan sertifikasi yang belum baik.

Perda merupakan salah satu sarana transformasi sosial dan demokrasi sebagai perwujudan kemampuan masyarakat daerah untuk menjawab perubahan yang cepat dan tantangan pada era otonomi saat ini, serta mewujudkan good local governance sebagai bagian dari pembangunan yang berkesinambungan di daerah. Melalui pembentukan Perda yang berencana, aspiratif dan berkualitas, maka Perda dapat menciptakan multiplier effect yakni menjadi penggerak utama bagi perubahan-perubahan mendasar di berbagai bidang kehidupan masyarakat dan pemerintahan yang diperlukan oleh daerah.

Implikasi penerapan peraturan daerah terhadap pembangunan di bidang agama dan ekonomi yang akan diatur dalam peraturan daerah, akan dikaji kaitannya terhadap aspek kehidupan masyarakat dan dampaknya terhadap aspek beban keuangan negara. Terhadap aspek kehidupan ekonomi masyarakat, pengaturan serta pemberdayaan sumber daya yang ada dengan peraturan daerah tentu akan memberikan kepastian hukum pengelolaan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Lombok Barat dengan tujuan meningkatkan daya guna dan hasil guna pembangunan pariwisata berkelanjutan harus dikelola secara melembaga sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Terhadap aspek beban keuangan daerah, pengaturan perda ekonomi kreatif akan menimbulkan program-program atau kebijakan tertentu yang akan berdampak pada pembangunan ekonomi Kabupaten Lombok utara. Program kegiatan yang di atur dalam Perda harus dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan dianggarkan dalam anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD). Dengan demikian, akan terdapat alokasi dari dana APBD untuk membangun pengelolaan/penyelenggaraan

ekonomi kreatif yang melembaga dan profesional di KLU. Namun, hal ini tidak akan membebani keuangan daerah, karena kontribusi yang dimunculkan dengan meningkatnya kondisi pengelolaan pariwisata di KLU akan juga memberikan efek positif bagi kehidupan masyarakat sehingga tercapainya visi, misi dan tujuan dari KLU berdasarkan RPJMD nya.

BAB III

EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG – UNDANGAN TERKAIT

Pada Bab ini mengacu kepada lampiran I Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan jo Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 120 Tahun 2018. Teknik Penyusunan Naskah Akademik, memuat hasil kajian terhadap Peraturan Perundang-undangan terkait yang memuat kondisi hukum yang ada, keterkaitan Undang-Undang dan Peraturan Daerah baru dengan Peraturan Perundang-undangan lain, harmonisasi secara vertikal dan horizontal, serta status dan kedudukan dari Peraturan Perundang-undangan yang ada, termasuk Peraturan Perundang-undangan yang dicabut dan dinyatakan tidak berlaku serta Peraturan Perundang-undangan yang masih tetap berlaku karena tidak bertentangan dengan Undang-undang atau Peraturan Daerah yang baru.

Kajian terhadap Peraturan Perundang-undangan ini dimaksudkan untuk mengetahui kondisi hukum atau peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai substansi atau materi yang akan diatur. Dalam kajian ini akan diketahui posisi dari Peraturan Daerah yang baru akan dibentuk.

Kajian dan analisis ini dapat menggambarkan tingkat sinkronisasi, harmonisasi Peraturan Perundang-undangan yang ada serta posisi dari Undang-Undang dan Peraturan Daerah untuk menghindari terjadinya tumpang tindih pengaturan. Hasil dari penjelasan atau uraian ini menjadi bahan acuan bagi penyusunan landasan yuridis dari pembentukan Peraturan Daerah Kabupaten Lombok Utara mengenai Pengembangan Ekonomi Kreatif. Landasan hukum/peraturan-perundangan di atas disusun berdasarkan tata urutan perundang-undangan yang substansinya telah dilakukan harmonisasi dan sinkrosinasi sehingga selaras dengan Rancangan Peraturan Daerah tentang Penataan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif. Beberapa peraturan perundang-

undangan secara langsung berkenaan dengan ekonomi kreatif akan dibahas berikut ini:

A. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, khususnya Pasal 18 ayat (6) yang menyatakan "Pemerintahan daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan", maka menjadi dasar konstitusional bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Lombok Utara dalam merumuskan pengaturan mengenai penataan dan pengembangan Ekonomi Kreatif. Hal tersebut tidak lain karena otonomi dimaknai sebagai mengatur sendiri (*regelen*) dan/atau mengelola/menyelenggarakan sendiri (*besturen*).

B. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah merupakan undang-undang yang bersifat pokok dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Karena itu, pada saat akan diulas apakah suatu urusan itu merupakan urusan pemerintahan daerah setingkat kota, maka salah satu yang harus dilihat adalah pembagian urusan yang terdapat dalam UU Nomor 23 Tahun 2014.

Dalam UU Nomor 23 Tahun 2014 ini, istilah ekonomi kreatif muncul dalam Lampiran, pada saat menjelaskan mengenai pembagian urusan kepariwisataan. Dengan demikian ekonomi kreatif adalah salah satu sub urusan dari kepariwisataan, yang kemudian berdasarkan pembagian urusan konkuren antara pemerintah pusat, provinsi dan kabupaten/kota, maka pemerintah daerah kota memperoleh kewenangan berikut ini:

| NO | SUB URUSAN | PEMERINTAH PUSAT | DAERAH PROVINSI | DAERAH KABUPATEN/KOTA |
|----|--|--|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Pemasaran Pariwisata | Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata nasional. | Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata provinsi. | Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota. |
| 3. | Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Pemanfaatan dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual | Pengembangan ekonomi kreatif nasional yang ditetapkan dengan kriteria. | Pengelolaan sarana dan prasarana kota kreatif. | Penyediaan prasarana (zona kreatif/ruang kreatif/kota kreatif) sebagai ruang berekspresi, berpromosi dan berinteraksi bagi insan kreatif di Daerah kabupaten/kota. |
| 4. | Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif | Pengembangan, penyelenggaraan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat ahli. | Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat lanjutan. | Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar. |

Berdasarkan hal tersebut, maka urusan yang menjadi kewenangan pemerintah daerah kota dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah adalah (1) penyediaan prasarana (zona kreatif/ruang kreatif / kota kreatif) sebagai ruang ekspresi, berpromosi dan berinteraksi bagi insan kreatif di daerah kota; dan (2) pelaksanaan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar.

C. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 ini baru saja di undangkan pada 24 Oktober 2019. Dalam UU ini beberapa hal yang diatur dan kemudian diberikan mandat kepada pemerintah daerah antara lain:

- (1) adanya dukungan dari Pemerintah Daerah dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif (Pasal 5);
- (2) pemerintah daerah melakukan pengembangan kapasitas pelaku ekonomi kreatif melalui: (a) pelatihan, pembimbingan teknis, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial pelaku ekonomi kreatif; (b) dukungan fasilitasi untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha; dan (c) standarisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang ekonomi kreatif (Pasal 7);
- (3) Pemerintah daerah bertanggungjawab dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif (Pasal 9) melalui (Pasal 10): (a) pengembangan riset (Pasal 11); (b) pengembangan pendidikan (Pasal 12-Pasal 13); (c) fasilitasi pendanaan dan pembiayaan (Pasal 14 s.d. Pasal 18); (d) penyediaan infrastuktur (Pasal 19 – Pasal 20); (e) pengembangan sistem pemasaran

- (Pasal 21); (f) pemberian insentif (Pasal 22); (g) fasilitasi kekayaan intelektual (Pasal 23); dan (h) perlindungan hasil kreativitas (Pasal 24).
- (4) Dibentuknya Rencana Induk Ekonomi Kreatif oleh Pemerintah Pusat yang dijadikan pedoman bagi Pemerintah Daerah yang terintegrasi dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah (Pasal 26);
- (5) Pengembangan ekonomi kreatif oleh Pemerintah Daerah dapat bekerjasama dengan antar pemerintahan, lembaga pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, dan/atau media (Pasal 27) serta kerjasama internasional (Pasal 28);

Berdasarkan hal tersebut, maka UU Nomor 24 Tahun 2019 dapat dikatakan masih sangat umum dan belum bersifat operasional, yang artinya memberikan keleluasaan bagi aktor pemerintahan baik pusat, provinsi dan kabupaten/kota untuk dapat melakukan penataan maupun pengembangan ekonomi kreatif sesuai dengan kebutuhan masing-masing wilayah pemerintahan tersebut.

D. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

Sejatinya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata lahir pada saat dukungan pada ekosistem ekonomi kreatif belum menguat. Namun demikian setelah Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dan kemudian ditindaklanjuti oleh Presiden Joko Widodo dengan membentuk Badan Ekonomi Kreatif melalui Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 pada bulan Januari 2015, maka barulah positioning ekonomi kreatif menguat.

Dengan demikian, jika kita rinci dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, maka tidak muncul nomenklatur yang namanya ekonomi kreatif. Namun demikian, mengingat ekonomi kreatif merupakan kegiatan nilai tambah kekayaan intelektual, maka hasilnya cukup banyak berkenaan dengan kegiatan kepariwisataan. Bahkan dalam UU Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diulas, ekonomi kreatif merupakan sub urusan pariwisata.

Dengan demikian, dalam rangka pengembangan kepariwisataan yang lebih maju, maka dipergunakan pendekatan ekonomi kreatif sedemikian rupa sehingga memberikan nilai tambah bagi pengembangan kepariwisataan itu sendiri. Misalnya saja berkenaan dengan industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata yang diatur dalam Pasal 9 UU Nomor 10 Tahun 2009 perlu didekati dengan perspektif ekonomi kreatif.

E. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan

UU Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Budaya menjadi dasar bahwa penataan dan pengembangan ekonomi kreatif tidak dapat dilepaskan dari nilai budaya yang ada di Kabupaten Lombok Utara. Dengan demikian, Rancangan Peraturan Daerah tentang Penataan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif-pun didasarkan pada nilai kebudayaan sebagai ciri khas Kabupaten Lombok Utara, sehingga diharapkan memiliki keunikan ataupun tidak boleh melupakan nilai luhur kebudayaan Kabupaten Lombok Utara.

F. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2020

Sebagaimana telah disebutkan, ekonomi kreatif menjadi sub urusan pariwisata, sehingga penataan dan pengembangan ekonomi kreatif-pun tidak dapat dilepaskan dari faktor pembangunan kepariwisataan nasional. Misalnya disebutkan Pasal 14 mengenai pembangunan daya tarik wisata berupa daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata hasil buatan manusia yang dapat dikembangkan lebih lanjut salah satunya adalah wisata kreatif (*creative tourism*), wisata petualangan (*adventure tourism*), wisata kuliner (*culinary tourims*), wisata religi (*religious toursim*), wisata kota (*urban tourism*), dan lain-lain.

G. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.

Dalam pelaksanaan pengembangan Ekonomi Kreatif mengalami beberapa kendala, seperti keterbatasan akses

perbankan, promosi, infrastruktur, pengembangan kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif, dan sinergitas di antara pemangku kepentingan. Untuk itu, diperlukan suatu peraturan pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif yang komprehensif.

Peraturan Pemerintah tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif mengatur materi pokok mengenai pembiayaan Ekonomi Kreatif, pemasaran produk Ekonomi Kreatif berbasis Kekayaan Intelektual, infrastruktur Ekonomi Kreatif, insentif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif, tanggung jawab Pemerintah dan/ atau Pemerintah Daerah serta peran serta masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Kreatif, dan penyelesaian sengketa Pembiayaan.

J. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025

Perpres Nomor 142 Tahun 2019 ini memberikan pedoman berkenaan dengan rencana induk pengembangan ekonomi kreatif secara nasional (Reindekraf) pada tahun 2018-2025 yang harus dijadikan pedoman bagi pemerintah pusat, provinsi dan kabupaten/kota pada saat penyusunan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif. Reindekraf dilaksanakan dalam 2 (dua) tahap, pertama periode 2018-2019, dan kedua pada periode 2020-2025.

Dalam Perpres ini misalnya diatur 16 sub-sektor ekonomi kreatif diantaranya:

- a. aplikasi dan *game developer*;
- b. arsitektur;
- c. desain interior;
- d. desain komunikasi visual;
- e. desain produk;
- f. *fashion* (mode);
- g. film, animasi, dan video;
- h. fotografi;

- i. kriya;
- j. kuliner;
- k. musik;
- l. penerbitan;
- m. periklanan;
- n. seni pertunjukan;
- o. seni rupa; dan
- p. televisi dan radio.

Perpres ini juga menegaskan kemungkinan dibukanya sub-sektor baru sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Adapun yang menjadi tanggungjawab Pemerintah Daerah Kota adalah dalam bentuk pelaksanaan Reindekraf secara sinergis dengan pemerintah pusat, pemerintah daerah provinsi, satuan pendidikan, pelaku usaha, komunitas kreatif, dan media komunikasi (Pasal 5). Kemudian terdapat juga kewajiban bagi Walikota dalam Pasal 8 ayat (4) untuk menyampaikan hasil pemantauan dan evaluasi pengembangan ekonomi kreatif kepada menteri dalam negeri melalui gubernur sebagai wakil pemerintah pusat di daerah dan ditembuskan kepada kepala lembaga yang membidangi urusan ekonomi kreatif.

Dari ketentuan peraturan perundang-undangan yang telah dijabarkan di atas, yang berkenaan dengan pengembangan ekonomi kreatif, dapat dilihat bahwa terdapat sinkronisasi yang menunjukkan kewenangan pemerintah daerah kabupaten/kota dalam hal ini pemerintah daerah Kabupaten Lombok Utara dalam melakukan pengaturan mengenai pengembangan ekonomi kreatif. Dengan begitu, sangat dibutuhkan pembuatan dan perumusan sampai pengaturan dalam Peraturan Daerah tentang pengembangan ekonomi kreatif.

BAB IV

LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS

4.1. Landasan Filosofis

Bahwa pembangunan perekonomian di Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 perlu diwujudkan untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur serta sejahtera sebagai salah satu tujuan dari berbangsa dan bernegara. Landasan filosofis pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Lombok Utara merupakan pertimbangan dan alasan yang menggambarkan bahwa nantinya peraturan yang akan dibentuk telah mempertimbangkan pandangan hidup, kesadaran, dan cita hukum yang meliputi suasana kebatinan serta falsafah bangsa Indonesia yang bersumber dari Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sila-sila dalam Pancasila memberikan dasar bagi pembentukan pengaturan mengenai penataan dan pengembangan ekonomi kreatif, khususnya Sila Kedua “Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab”, dan Sila Kelima “Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia”. Sila kedua memberikan makna bahwa manusia Indonesia harus memiliki sikap dan nilai yang adil sejak dalam pikirannya sehingga mampu membangun peradaban yang memanusiakan manusia, sehingga dari proses-proses kreatif dapat menumbuhkan keadilan guna membangun peradaban bangsa dan negara yang modern. Sementara Sila Kelima memberi makna bahwa ekonomi kreatif sebagai bentuk nilai tambah merupakan suatu hal yang alamiah dan niscaya, sehingga optimalisasi ekonomi kreatif akan dapat mendorong dan melahirkan masyarakat Indonesia yang adil secara sosial ekonomi bagi seluruhnya.

Membentuk masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila adalah tujuan bangsa Indonesia, dimana tujuan tersebut tertuang dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, tujuan Negara tersebut harus diraih oleh Negara yang penyelenggaraannya berlandaskan pada lima sila Pancasila sebagai dasar Negara, sehingga

Pancasila menjadi pemandu politik hukum nasional dari berbagai bidang. Sebagai implementasi dari nilai-nilai Pancasila sebagai dasar negara, maka Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yang akan dibentuk harus mengabdikan kepada kepentingan nasional untuk tercapainya kesejahteraan rakyat dan secara sosiologis menjadi sarana untuk tercapainya keadilan dan ketertiban masyarakat. Tujuan dari hukum tidak saja hanya tercapainya keadilan, akan tetapi juga terciptanya ketertiban (order). Hukum harus berfungsi menciptakan keteraturan sebagai prasyarat untuk dapat memberikan perlindungan bagi rakyat dalam memperoleh keadilan, keteraturan dan ketenangan dan bukan untuk menyengsarakannya.

Sejalan dengan falsafah bangsa Indonesia sebagaimana tertuang dalam Pembukaan UUD 1945 dimana salah satunya adalah menjamin hak-hak warga negara Indonesia dalam mewujudkan kreatifitas dan mewujudkan suatu ide/gagasan menjadi suatu kekayaan intelektual. Penjaminan terhadap kebebasan berkreativitas dan menghasilkan suatu kekayaan intelektual merupakan hak asasi manusia, sebagaimana diatur dalam pada Pasal 27 ayat (1) Deklarasi Universal hak-hak Asasi Manusia yang menetapkan:

- 1) Setiap orang berhak untuk turut serta dalam kehidupan kebudayaan masyarakat dengan bebas, untuk menikmati kesenian, dan untuk turut mengecap kemajuan dan manfaat ilmu pengetahuan.
- 2) Setiap orang berhak untuk memperoleh perlindungan atas keuntungan-keuntungan moril maupun material yang diperoleh sebagai hasil karya ilmiah, kesusasteraan atau kesenian yang diciptakannya.

Sehubungan dengan apa yang dikemukakan di atas, maka sangat beralasan apabila negara memberikan perlindungan hukum kepada pelaku ekonomi kreatif dalam melakukan pemberdayaan atas kekayaan-kekayaan intelektual bernilai ekonomis tinggi yang dapat memberikan kontribusi kepada negara dan rakyatnya.

4.2. Landasan Sosiologis

Ekonomi kreatif memiliki posisi strategis dalam mengembangkan perekonomian KLU. Oleh karena itu, pemetaan mutlak dilakukan terhadap pengembangan ekonomi kreatif di beberapa wilayah di KLU. Pelindungan

hukum dan pemberdayaan ekonomi kreatif akan sangat mendukung peningkatan investasi di daerah dan prospek perdagangan produk KLU ditingkat nasional maupun internasional. Kondisi ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat secara luas, terutama bagi mereka yang bergerak di sektor industri kreatif, antara lain seperti industri musik, film, entertainment, media massa, perbukuan, arsitektur, dan piranti lunak. Dengan adanya penyusunan ketentuan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi kreatif tersebut sebagai landasan hukum yang kuat untuk perlindungan dan pemberdayaan ekonomi kreatif di KLU.

Potensi kreatif masyarakat KLU yang luar biasa belum mampu berkembang secara optimal disebabkan kesadaran pelaku kreativitas akan nilai ekonomi dari sebuah kreativitas belum maksimal, tidak adanya sinergi yang jelas antar sektor pemerintahan dalam menyikapi persoalan ekonomi kreatif serta belum terbentuknya kelembagaan yang memiliki wewenang serta fokus menangani ekonomi kreatif . Lembaga – lembaga pemerintah yang memiliki tugas melakukan pengelolaan belum dapat berfungsi secara optimal karena kendala kelembagaan dan anggaran dan lain-lain. Belum ada payung hukum yang komprehensif, dan futuristik untuk mengatur kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas orang-orang kreatif , berbasis ilmu pengetahuan, warisan budaya dan teknologi di Indonesia. Beberapa pengaturan saat ini tersebar dalam pelbagai Undang-Undang dan kebijakan yang acapkali membingungkan para stakeholder / pelaku ekonomi kreatif.

Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif bagi Industri Kebudayaan / Industri Kreatif KLU menjadi penting untuk dibuat agar ada payung hukum yang tegas untuk mengatur kegiatan yang berhubungan dengan kreativitas di KLU. Kemudian agar regulasi yang terpisah dan berada dalam berbagai peraturan daerah lainnya, bisa menjadi satu. Dan yang terakhir agar perkembangan ekonomi kreatif di KLU bisa dilaksanakan dengan landasan hukum yang kuat, terstruktur secara baik dan memiliki penanggung jawab yang jelas.

Adanya pengakuan secara universal tersebut, tidak diragukan lagi bahwa suatu karya intelektual yang merupakan hasil kreatifitas mempunyai manfaat bagi kehidupan manusia (life worthy) dan mempunyai nilai ekonomi sehingga menimbulkan adanya tiga macam konsepsi, yaitu (1) konsepsi kekayaan; (2) konsepsi hak; dan (3) konsepsi perlindungan hukum. Kehadiran tiga konsepsi ini lebih lanjut menimbulkan kebutuhan adanya pembentukan hukum, antara lain di bidang Kekayaan Intelektual.

Mochtar Kusumaatmadja mempunyai pemikiran bahwa hukum adalah sebagai sarana bagi pembangunan dan sarana pembaharuan masyarakat. Selanjutnya dikatakannya bahwa tanpa kepastian hukum dan ketertiban masyarakat yang dijelmakan olehnya tidak mungkin mengembangkan bakatbakat dan kemampuan yang diberikan Tuhan kepadanya secara optimal di dalam masyarakat tempat ia hidup. Relevan dengan hal tersebut, pengembangan bakat-bakat dan kemampuan manusia memerlukan adanya upaya-upaya untuk mewujudkannya termasuk melalui pembentukan pelbagai aturan yang mendukungnya sehingga tercapai suatu kepastian hukum. Pembentukan peraturan tentang ekonomi kreatif akan menimbulkan penghormatan dan perlindungan terhadap bakatbakat dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam berbagai karya. Kekayaan intelektual merupakan suatu perangkat kekuatan untuk pertumbuhan ekonomi dari suatu negara yang berlandaskan pada pengetahuan, informasi, kreativitas dan karya cipta sebagai aset tak benda.

Keutamaan adanya ketentuan Peraturan Daerah tentang pengembangan ekonomi kreatif menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat pelaku ekonomi kreatif. Hal ini didukung dengan fenomena empiris tentang masih rendahnya penghargaan atas karya-karya ekonomi kreatif dan dukungan finansial maupun promosi serta pemberdayaan terhadap karya ekonomi kreatif, hal tersebut menimbulkan tidak terakomodasikannya lagi perubahan-perubahan yang melingkupinya sehingga berkurangnya kepastian dan jaminan hukum.

4.3. Landasan Yuridis

Penyelenggaraan ekonomi kreatif baik ditingkat nasional maupun daerah perencanaan pembangunan nasional tidak bisa lepas dari hukum dasar negara, yang mengamanatkan bahwa *"Negara Kesatuan Republik Indonesia yang dibagi atas daerah-daerah provinsi dan daerah provinsi itu dibagi atas kabupaten dan kota, yang tiap-tiap provinsi, kabupaten, dan kota itu mempunyai pemerintahan daerah."* Konsekuensi logis dari amanat tersebut, pengaturan yang berkaitan dengan penyelenggaraan ekonomi kreatif dijabarkan dalam 2 (dua) undang-undang, yakni: *Pertama*, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah terakhir dengan Pasal 176 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang pada pokoknya mengatur mengenai pembagian kewenangan terhadap urusan yang berkaitan dengan penyelenggaraan ekonomi kreatif yang merupakan bagian dari urusan di bidang pariwisata. *Kedua*, Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, yang pada pokoknya mengatur mengenai dasar dari pelaksanaan ekonomi kreatif, pengembangan kapasitas bagi pelaku ekonomi kreatif, dan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dan *Ketiga* Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif yang pada pokoknya PP ini mengatur mengenai pembiayaan Ekonomi Kreatif, pemasaran produk Ekonomi Kreatif berbasis Kekayaan Intelektual, infrastruktur Ekonomi Kreatif, insentif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif, tanggung jawab Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah serta peran serta masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Kreatif, dan penyelesaian sengketa Pembiayaan. Pembiayaan ekonomi kreatif bersumber dari APBN,

APBD, dan/atau sumber lainnya yang sah. Dalam pengembangan ekonomi kreatif, pemerintah dan/atau pemerintah daerah dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, dan/atau media.

Penyelenggaraan ekonomi kreatif di Daerah Kabupaten Lombok Utara merupakan perwujudan dari pelaksanaan urusan pemerintahan yang telah diserahkan ke Daerah Kabupaten Lombok Utara sebagai bagian integral dari penyelenggaraan ekonomi kreatif nasional. Oleh karenanya, sesuai dengan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintahan Daerah Kabupaten Lombok Utara dalam mengatur dan mengurus terhadap urusan yang berkaitan dengan penyelenggaraan ekonomi kreatif yang merupakan bagian dari urusan di bidang pariwisata dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya ekonomi di Daerah, terutama mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi yang pelaksanaannya dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan berkelanjutan.

BAB V

JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP MATERI

5.1. Sasaran, Arah, dan Jangkauan Pengaturan

Sasaran yang akan diwujudkan dalam pembentukan suatu Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dapat diperinci sebagai berikut:

1. Peningkatan inovasi dan kreativitas masyarakat dengan Sumber daya terbarukan yang berbasis pada pengetahuan dan kreatifitas.
2. Sistem Pendidikan dan pelatihan yang terpadu untuk menghasilkan kreatifitas dan inovasi bagi pelaku ekonomi kreatif sejak usia dini hingga dewasa.
3. Produk ekonomi kreatif merupakan karya intelektual yang dilindungi sebagai Kekayaan Intelektual, sehingga harus di fasilitasi untuk diberikan perlindungan agar hak-hak atas produk ekonomi kreatif mendapatkan jaminan kepastian hukum.
4. Pemberdayaan Ekonomi kreatif akan memberikan kontribusi ekonomi kepada daerah yaitu mencakup peningkatan Pendapatan asli daerah, menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan investasi dan ekspor.
5. Pemberdayaan ekonomi kreatif akan Meningkatkan iklim bisnis yang kondusif, selain akan menciptakan lapangan pekerjaan baru atau peningkatan lapangan pekerjaan serta akan membawa dampak pada sektor-sektor lainnya yang terkait.
6. Ekonomi kreatif memiliki dampak sosial yang cukup tinggi yaitu peningkatan kualitas hidup masyarakat dan pemerataan kesejahteraan serta peningkatan toleransi sosial.

Jangkauan rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah untuk pelaku ekonomi kreatif, komunitas ekonomi kreatif, pemerintah Daerah, pelaku usaha dan industry, Industri Kebudayaan dan Industri Kreatif KLU. Peraturan daerah tersebut menjadi penting untuk disusun agar terdapat payung hukum yang tegas untuk mengatur

kegiatan yang berkaitan dengan pemberdayaan atas produk-produk Inovasi dan kreativitas di KLU.

Selain itu pula agar regulasi yang mengatur tentang ekonomi kreatif dan produk— produknya secara terpisah dalam berbagai peraturan perundangan dapat bersinergi satu sama lainnya. Adapun sektor ekonomi yang masuk dalam domain ekonomi kreatif berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 72 tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, sektor Ekonomi kreatif yaitu: aplikasi dan game developer, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi, dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi dan radio.

Dalam rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, Pembagian ekonomi Kreatif dikelompokkan atas golongan ini menjadi 4 kelompok yang dijadikan dasar pembagian. Pembagian tersebut didasarkan pada pemikiran kemudahan pada aspek bisnis, finansial dan keberpihakan pada nilai-nilai seni dan budaya masyarakat KLU berdasarkan hak dan kepentingan dilindungi hukum, yaitu:

- a. Ekonomi Kreatif berbasis Seni.
 - Seni Rupa: Seni lukis, seni patung, dan keramik.
 - Seni Pertunjukan: Panggung Teater, Tari, Opera, Sirkus, Wayang, dll
 - Seni Musik dan lagu (rekaman) Musik,
 - Seni fotografi
- b. Ekonomi Kreatif Berbasis Warisan Budaya.
 - Ekspresi Budaya Tradisional: Seni Kriya, festival dan perayaan.
 - Situs Budaya: Situs Arkeologi, Museum, Galeri Seni, Perpustakaan, Tempat Bersejarah, dll.
- c. Ekonomi Kreatif berbasis Media.
 - Media cetak dan berita: Buku, cetakan dan publikasi lainnya
 - Audiovisual: Film, Televisi, radio, dan medium siar (broadcasting) lainnya

- d. Ekonomi Kreatif berbasis Kreasi Fungsional.
 - a. Desain: Interior, Grafik, Fashion, Perhiasan, Desain Produk, mainan
 - b. New Media: Software, Video Games, Animasi, Konten Kreatif Digital
 - c. Jasa Kreatif: Arsitektur, Advertising, Cultural& Recreational, Creative Research & Development, dll
 - d. Kuliner, Produk Kreatif Pertanian, Produk Kreatif Kelautan

5.2. Ruang Lingkup Materi Muatan Peraturan Daerah

Ruang lingkup pengaturan tentang Ekonomi Kreatif meliputi:

- a. Sumber daya manusia terpadu ekonomi kreatif;
- b. Pengembangan infrastruktur terpadu ekonomi kreatif;
- c. Kewirausahaan ekonomi kreatif;
- d. Promosi ekonomi kreatif
- e. Investasi ekonomi kreatif;
- f. Kelembagaan ekonomi kreatif; dan
- g. Fasilitasi perlindungan kekayaan intelektual.

Ketentuan Umum, mencakup istilah-istilah yang digunakan dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yaitu:

- a) Ekonomi Kreatif adalah adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide atau gagasan yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berbasis ilmu pengetahuan, keterampilan, warisan budaya dan teknologi.
- b) Kreatif adalah daya cipta atau kemampuan intelektual untuk menciptakan karya kreatif yang memiliki sifat pembaharuan atau kreasi baru berdasarkan kecerdasan dan imajinasi.
- c) Industri budaya adalah industri yang menggabungkan kreasi, produksi dan komersialisasi konten kreatif yang bersifat abstrak dan berasal dari pengembangan adat istiadat atau yang berhubungan dengan kebudayaan
- d) Industri kreatif adalah industri yang aktifitasnya mencakup industri budaya dan semua hasil atau penciptaan batin atau intelektual manusia yang bersifat artistik baik berbentuk kegiatan yang hidup atau hasil produksi berupa unit-unit khusus baik produk maupun pelayanannya mengandung elemen-elemen artistik atau upaya ikhtiar kreatif.

- e) Pengusaha Ekonomi Kreatif adalah orang atau sekelompok orang yang mengelola usaha dan/atau memberdayakan produk produk Ekonomi Kreatif.
- f) Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan perbuatan/aktifitas kreatif dan inovatif bersumber dari keintelektualannya.
- g) Komunitas Ekonomi Kreatif adalah
- h) Forum Ekonomi Kreatif adalah
- i) Pemerintah adalah Presiden yang memegang kekuasaan pemerintahan negara dengan dibantu oleh wakil presiden dan para menteri yang disebut kabinet.
- j) Pemerintah Daerah adalah penyelenggara urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah bersama – sama DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam system dan prinsip negara kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Dasar Republik Indonesia 1945.

A. Materi yang akan diatur mencakup:

a) Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif

Dalam melakukan pengembangan dan pemberdayaan ekonomi kreatif harus didukung dengan sistem peningkatan Sumber Daya Manusia yang memadai sehingga Pelaku ekonomi kreatif dapat terus meningkatkan kualitas kemampuan dan keterampilannya dalam melakukan inovasi dan kreativitas. Pada Bagian Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif pengaturannya mencakup hak dan kewajiban pelaku ekonomi kreatif hingga ketentuan sistem pendidikan dan pelatihan bagi pengembangan ekonomi kreatif. Sebagai landasan utama pelaku ekonomi kreatif yaitu dijaminnya hak-haknya yang meliputi:

1. berkarya, berkreasi, berinovasi pada bidang ekonomi kreatif;
2. memperoleh kesempatan yang sama untuk menumbuhkan dan mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif;

3. mendapatkan perlindungan hukum;
4. mendapat jaminan dukungan dan fasilitas dari Pemerintah atau pemerintah daerah.

Dan kewajiban pelaku ekonomi kreatif yaitu:

1. memiliki kompetensi dalam bidang ekonomi kreatif;
2. menjunjung tinggi nilai-nilai agama, etika, moral, kesusilaan, dan budaya bangsa dalam kegiatan ekonomi kreatif.

Sistim pengembangan pendidikan dan pelatihan ekonomi kreatif disusun untuk menciptakan kualitas dan kuantitas pemangku kepentingan kreatif dengan visi memenangkan persaingan usaha ekonomi kreatif berskala global. Sistim pengembangan pendidikan tersebut bertujuan untuk membentuk manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab. Orientasi dari Pengembangan sistem pendidikan Nasional adalah kreativitas, inovasi dan tata kelola usaha kreatif.

b) Rumah Kreatif

Rumah kreatif merupakan infrastruktur untuk mengembangkan dan memberdayakan Ekonomi Kreatif, yang juga berfungsi sebagai etalase bagi karya Ekonomi Kreatif setempat. Rumah kreatif dapat menjadi sarana bagi segala kegiatan para pelaku ekonomi kreatif. Kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan dalam Rumah Kreatif antara lain:

1. peningkatan keterampilan dan manajemen Ekonomi Kreatif;
2. peningkatan kegiatan dan kreativitas;
3. peningkatan dan perluasan jaringan kerjasama para pelaku Ekonomi Kreatif
4. penyediaan informasi;
5. pelaksanaan sosialisasi;
6. pemberian bimbingan teknis;
7. pemberian bantuan konsultasi dan fasilitasi perlindungan Kekayaan Intelektual;

8. pemberian bimbingan dalam aspek pendokumentasian produk Ekonomi Kreatif.
9. pengembangan konten
10. Pendampingan model usaha bagi pengusaha pemula Ekonomi Kreatif.

Rumah kreatif wajib didirikan untuk turut serta mengembangkan dan memberdayakan inovasi dan kreatifitas pelaku ekonomi kreatif di KLU, oleh karena itu Pemerintah Daerah wajib membangun Rumah Kreatif. Pembangunan Rumah Kreatif di daerah dilaksanakan dengan menggunakan keuangan Daerah. Sebelum mendirikan Rumah kreatif terlebih dahulu dilakukan pemetaan sumber daya penunjang Ekonomi Kreatif di seluruh kabupaten. Pemetaan tersebut harus memenuhi beberapa persyaratan/kondisi:

1. Rumah kreatif menggunakan ketersediaan sarana dan prasarana yang telah ada;
2. Apabila ketersediaan terbatas dan belum memadai maka upaya yang dilakukan adalah melengkapi prasarana atau sarana yang telah ada tersebut agar sesuai dengan kebutuhan fungsi rumah kreatif;
3. Ketiadaan sarana dan prasarana maka pemerintah akan membangun rumah kreatif yang memadai.

Pemerintah wajib menyediakan subsidi dalam upaya menyediakan akses internet cepat di seluruh Rumah Kreatif. Akses internet merupakan infrastruktur terpenting dan salah satu kunci sukses dalam pengembangan Ekonomi Kreatif. Pemerintah atau Pemerintah Daerah berkewajiban menyediakan layanan akses internet untuk pelaku Ekonomi Kreatif dalam melakukan pengembangan dan pemberdayaan Ekonomi Kreatif. Layanan jasa akses internet tanpa kabel (wireless) pada program kewajiban pelayanan universal dilaksanakan di rumah kreatif melalui penyediaan jasa akses internet tanpa kabel (wireless) di tingkat pusat maupun daerah. Badan usaha swasta yang bergerak dalam bidang penyedia layanan internet, dengan seizin pemerintah atau pemerintah daerah berkewajiban mengalokasikan dana Corporate Social Responsibility dalam bentuk

menyediakan layanan jasa akses internet tanpa kabel (wireless) kepada sentra-sentra produk Ekonomi Kreatif.

c) Fasilitas Pajak

Pemerintah Daerah dapat memberikan fasilitas atas pajak daerah bagi pelaku industri Ekonomi Kreatif di daerahnya masing-masing. Pemberian fasilitas pajak daerah dapat berupa keringanan pajak hiburan, pajak reklame dan pajak lainnya atas jasa/produk Ekonomi Kreatif yang dihasilkan oleh pelaku dan/atau industri Ekonomi Kreatif. Tujuan diberikannya fasilitas pajak berupa keringanan pajak maka hal tersebut dapat memberikan peningkatan pendapatan bagi pelaku ekonomi kreatif dalam menghasilkan produk-produk ekonomi kreatif.

d) Fasilitas Pembiayaan

Untuk mendukung pengembangan dan pemberdayaan ekonomi kreatif maka pelaku ekonomi kreatif harus diberikan bantuan pembiayaan, oleh karena itu Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah memberikan insentif atau fasilitasi pembiayaan kepada setiap orang, kelompok, atau lembaga yang melakukan kreativitas, inovasi dan menghasilkan produk Ekonomi Kreatif; dan melakukan upaya perlindungan serta fasilitasi Kekayaan Intelektual, pelestarian nilai-nilai seni budaya Indonesia. Pemerintah dan /atau Pemerintah Daerah membantu memfasilitasi pembiayaan pelaku Ekonomi Kreatif melalui lembaga perbankan atau non perbankan.

e) Kewirausahaan Pelaku Ekonomi kreatif

Selain memberikan dukungan dalam mendirikan usaha awal bagi pelaku ekonomi kreatif, Pemerintah Daerah mefasilitasi magang pelaku kreatif antar usaha kreatif, sebelum fasilitasi magang tersebut maka langkah awal yang dilakukan yaitu Identifikasi terhadap produk ekonomi kreatif dimulai dari menawarkan kepada industri kreatif yang dapat memberikan kesempatan magang, menemukan industri kreatif yang berminat sampai dengan menyalurkan pelaku kreatif kepada berbagai industri kreatif. Kesempatan magang diberikan kepada pelaku ekonomi

kreatif terutama pelaku ekonomi kreatif pemula. Dengan adanya magang tersebut merupakan fasilitas untuk adanya keterkaitan industri kreatif dengan industri lainnya dalam penciptaan nilai tambah, selain itu pula memberikan fasilitas akses dunia usaha terhadap bahan baku, sumber daya budaya dan orang kreatif lokal yang berkualitas dan kompetitif dan mendukung kerjasama pemerintah/ swasta dengan industri kreatif dalam pemanfaatan bahan baku. Untuk mendukung hal ini Pemerintah Daerah wajib mengembangkan standar usaha nasional yang memenuhi standar global sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha kreatif lokal secara nasional dan internasional.

f) Promosi Ekonomi Kreatif.

Setiap pelaku Ekonomi Kreatif dan/atau pelaku industri kreatif memiliki kesempatan sama untuk berpartisipasi dalam kegiatan promosi berskala nasional maupun internasional. Dalam melakukan promosi tersebut wajib mencantumkan identitas nasional Indonesia dengan menyebutkan kata "Kreasi Indonesia" pada produk ekonomi kreatifnya. Pelaku Ekonomi Kreatif dapat menyelenggarakan kegiatan nasional yang dilaksanakan di daerah dengan mewajibkan 5% dari total waktu pertunjukan atau luas area pameran untuk mempromosikan produk Ekonomi Kreatif wilayah setempat dan nasional. Untuk menunjang promosi atas produk ekonomi kreatif, Pemerintah Daerah berkewajiban melakukan peningkatan sinergi dan koordinasi antar pelaku Ekonomi Kreatif di bidang promosi produk Ekonomi Kreatif secara terukur. Sinergi dan koordinasi dilakukan antar lembaga pendidikan, bisnis, komunitas, pemerintah dan pelaku Ekonomi Kreatif dalam pengembangan Ekonomi Kreatif.

Promosi juga dapat dilakukan di Media cetak, elektronik dan digital yaitu melalui liputan dan program siarannya secara berkala dan konsisten. Kewajiban promosi tersebut minimal sebesar 5% dari keseluruhan program. Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah berkewajiban untuk mempromosikan dan memfasilitasi produk Ekonomi Kreatif kepada masyarakat dan industri, dengan ketentuan:

1. Penyelenggara kegiatan, pameran, pagelaran dan/atau pertunjukan wajib menampilkan produk Ekonomi Kreatif nasional.
2. Tempat-tempat hiburan, usaha jasa makanan dan minuman serta hotel bintang yang ada di Daerah wajib mementaskan atau mempromosikan produk Ekonomi Kreatif nasional dengan frekuensi yang memadai dan memberikan kontribusi yang layak kepada pelaku Ekonomi Kreatif.

g) Pembiayaan.

Pembiayaan merupakan salah satu unsur untuk mengembangkan usaha dan mengembangkan produk ekonomi kreatif, dengan demikian Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah menyediakan pembiayaan pelaku Ekonomi Kreatif berupa memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, dan mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk pelaku Ekonomi Kreatif. Lembaga-lembaga lain dapat memberikan dukungan pembiayaan terhadap pelaku ekonomi kreatif yaitu:

- 1) Badan Usaha Milik Daerah dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada pelaku Ekonomi Kreatif dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.
- 2) CSR perusahaan besar Lokal, nasional dan asing dapat menyediakan pembiayaan yang dialokasikan kepada pelaku Ekonomi Kreatif dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.
- 3) Pemerintah Daerah dapat memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, keringanan tarif sarana dan prasarana, dan bentuk insentif lainnya yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil.

h) Ekonomi kreatif dan Kekayaan Intelektual.

Produk Ekonomi Kreatif merupakan karya intelektual yang dilindungi sebagai objek perlindungan Kekayaan Intelektual yang diatur dalam peraturan perundangundangan Kekayaan Intelektual yang berlaku. Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat memfasilitasi pencatatan atas Hak Cipta dan Hak Terkait dan pendaftaran Hak Kekayaan Industri, sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Oleh karena Produk ekonomi kreatif berlandaskan pada kekayaan intelektual maka pemanfaatan atau penggunaan produk ekonomi kreatif untuk kepentingan komersial harus dilakukan dengan perjanjian lisensi. Ketentuan lisensi tersebut akan mengacu kepada ketentuan Kekayaan Intelektual yang berlaku

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan.

- 1) Pemerintah Indonesia telah menetapkan kebijakan ekonomi kreatif. Seperti halnya beberapa negara berkembang lainnya, Indonesia juga mencoba memfokuskan kebijakan ekonomi kreatif sebagai modal untuk membangun Indonesia. Ekonomi kreatif termasuk pada kekuatan yang dikenal sebagai soft power. Kemajuan negara saat ini tidak lagi terfokus pada kekuasaan politik atau kekuatan militer yang dikenal dengan sebutan hard power, tapi lebih pada tingkat kualitas intelektual manusianya, budaya atau ekonomi. Hal ini dikenal dengan soft power. Kegunaan ekonomi kreatif ini sebagai soft power membuat Pemerintah Indonesia wajib sepenuhnya dan sungguh-sungguh mendukung ekonomi kreatif Indonesia yang sekaligus dapat menciptakan citra dan identitas bangsa menjadi lebih sejahtera. Ekonomi kreatif yang dikenal sebagai soft power menjadi modal yang kuat untuk bersaing dalam bidang ekonomi dengan negara lain.

Indonesia akan memiliki harta dan kekayaan yang unik berupa ide kreatif dari anak-anak bangsa Indonesia yang pada analisa akhirnya dapat memberikan hasil ekonomi bagi pelaku ekonomi kreatif sendiri dan lebih jauh mampu meningkatkan kemajuan kesejahteraan Indonesia pada umumnya. Keutamaan adanya ketentuan Undang-Undang tentang ekonomi kreatif menjadi sebuah *conditio sine quanon* bagi masyarakat pelaku ekonomi kreatif. Hal ini didukung dengan fenomena empiris tentang masih rendahnya penghargaan atas karya-karya intelektual ekonomi kreatif dan dukungan finansial maupun promosi serta pemberdayaan terhadap karya ekonomi kreatif. Hal tersebut menimbulkan tidak terakomodasi-kannya lagi perubahan-perubahan yang melingkupinya sehingga berkurangnya kepastian dan jaminan perlindungan hukum.

- 2) Ekonomi kreatif memiliki posisi strategis dalam mengembangkan perekonomian nasional dan daerah, namun saat ini belum di dilakukan

pemetaan terhadap pengembangan ekonomi kreatif di beberapa wilayah di Indonesia, selain itu pula pengembangan dan pemberdayaan ekonomi kreatif belum di optimalkan. Pelindungan hukum dan pemberdayaan ekonomi kreatif akan sangat mendukung peningkatan investasi di dalam negeri dan prospek perdagangan produk Indonesia di tingkat internasional. Kondisi ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat secara luas, terutama bagi mereka yang bergerak di sektor industri kreatif, antara lain seperti industri musik, film, entertainment, media massa, perbukuan, arsitektur, dan piranti lunak. Dengan adanya penyusunan ketentuan Rancangan Undang-undang Ekonomi kreatif tersebut dapat digunakan sebagai landasan hukum yang kuat untuk pelindungan dan pemberdayaan ekonomi kreatif di Indonesia secara utuh menyeluruh berlandaskan hukum berupa Undang-Undang tentang Ekonomi Kreatif.

3) Pada era transformasi, struktur perekonomian dunia dari yang semula berbasis Sumber Daya Alam berubah menjadi berbasis Sumber Daya Manusia, ekonomi kreatif menduduki posisi strategis dalam mengembangkan perekonomian nasional dan daerah. Oleh karena itu, dengan melakukan pengembangan dan pemberdayaan ekonomi kreatif di Indonesia terdapat beberapa keuntungan yang akan didapat yaitu:

- a) Ekonomi kreatif memberikan kontribusi ekonomi kepada negara yang mencakup peningkatan pendapatan negara, menciptakan lapangan pekerjaan, dan peningkatan ekspor produk-produk ekonomi kreatif yang berdaya saing kuat berbasis sumber daya manusia dan berbasis teknologi informasi dan teknologi.
- b) Meningkatkan iklim bisnis yang kondusif, karena dengan peningkatan ekonomi kreatif akan menciptakan lapangan pekerjaan baru atau peningkatan lapangan pekerjaan serta akan membawa dampak pada sektorsektor lainnya yang terkait.
- c) Ekonomi kreatif memiliki dampak sosial yang cukup tinggi yaitu peningkatan kualitas hidup masyarakat dan pemerataan kesejahteraan serta peningkatan toleransi sosial.
- d) Peningkatan inovasi dan kreativitas bangsa

- e) Sumber daya terbarukan yang berbasis pada pengetahuan dan kreatifitas.
 - f) Ekonomi kreatif akan meningkatkan citra atau identitas bangsa.
- 4) Dengan adanya penyusunan ketentuan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi kreatif tersebut sebagai landasan hukum yang kuat untuk perlindungan dan pemberdayaan ekonomi kreatif di KLU, dalam rancangan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi kreatif akan diatur hal-hal sebagai berikut:
- a) Sumber Daya Manusia Ekonomi Kreatif;
 - b) Pengembangan Infrastruktur Terpadu Ekonomi Kreatif;
 - c) Kewirausahaan Ekonomi Kreatif;
 - d) Promosi Ekonomi Kreatif;
 - e) Investasi Ekonomi Kreatif;
 - f) Kelembagaan Ekonomi Kreatif; dan
 - g) Fasilitas perlindungan Kekayaan Intelektual.

6.2. Rekomendasi.

Berdasarkan kajian dalam Naskah Akademik ini, maka sarankan beberapa upaya sebagai berikut:

- 1) Percepatan penyusunan dan pemberlakuan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif menjadi sangat mendesak karena akan memberikan perlindungan dan jaminan kepastian hukum bagi pelaku ekonomi kreatif dalam mengembangkan karya-karya kreatif dan inovatif.
- 2) Naskah ini dipergunakan sebagai bahan masukan dalam penyusunan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif
- 3) Peraturan Perundang-Undangan di tingkat pusat maupun daerah, termasuk Kebijakan-Kebijakan Publik, yang mengatur pengelolaan ekonomi kreatif, menjadi rujukan dan disinergikan dengan Naskah Akademik dan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif ini.
- 4) Naskah Akademik dan Rancangan Peraturan Daerah ini dipergunakan sebagai acuan kebijakan dalam negosiasi di forum-forum nasional. Untuk keperluan ini

KLU seyogianya segera membentuk atau menunjuk kelembagaan pelaksanaan Pengembangan dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif.