

STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN BANJARNEGARA

Refius Pradipta Setyanto^{1*}, Mahardhika Cipta Raharja², Pahrul Fauzi³, Unik Lestari⁴

^{1*}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman, refius.setyanto@unsoed.ac.id, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, mc.raharja@uinsaizu.ac.id, Indonesia

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman, pahrul.fauzi@unsoed.ac.id, Indonesia

⁴Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, unikles17@gmail.com, Indonesia

*Corresponding author

Abstrak

Implementasi konsep ekonomi kreatif semakin luas sejalan semakin menguatnya keyakinan bahwa daya saing jangka panjang di masa depan akan lebih ditentukan oleh ekonomi berbasis pengetahuan dan kreatifitas. Meskipun pada awalnya dikembangkan dan diterapkan di negara-negara maju, ekonomi kreatif saat ini diaplikasikan di berbagai negara dan daerah sehingga isu kontekstualisasi banyak didiskusikan. Pembatasan mobilitas manusia sebagai upaya mengantisipasi pandemi berdampak signifikan terhadap ekonomi kreatif. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan sebagai basis untuk perencanaan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara. Pendekatan studi kasus dipandang sesuai untuk mengeksplorasi kompleksitas fenomena pengembangan ekonomi kreatif. Partisipan terdiri atas pemerintah daerah yang memiliki tugas perencanaan pembangunan, para pelaku ekonomi kreatif yang tergabung dalam Komunitas Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara. Hasil studi menunjukkan pentingnya meningkatkan peran komunitas ekonomi kreatif dalam kebijakan publik, sehingga upaya pengembangan tidak hanya bersifat parsial tetapi lebih terukur dan holistik, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang menjadi ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan daerah. Kesimpulan dan implikasi bagi kebijakan didiskusikan pada bagian akhir paper.

Keywords: ekonomi kreatif; strategi; ancaman; peluang; kelemahan; kekuatan

1. Pendahuluan

Daya saing jangka panjang suatu daerah/negara menjadi isu penting dalam konteks kompetisi global saat ini. Setiap daerah/negara saat ini berupaya mengembangkan ekosistem dengan menarik, mempertahankan, dan mengembangkan individu yang dapat menjamin berkembangnya pekerjaan-pekerjaan kreatif sehingga daerah/negara tersebut berdaya saing (Ström & Nelson, 2010). Cara rasional dan efisien dalam mengelola bisnis atau ekonomi dianggap sudah tidak tepat pada kondisi ekonomi yang lebih berbasis pengetahuan dan kreatifitas (Ndou et al., 2019). Gagasan ekonomi kreatif berkembang sebagai respon negara maju, khususnya Inggris, untuk mendorong pertumbuhan ekonominya. Diskusi kontekstualisasi konsep tersebut menjadi penting karena dalam perkembangannya, konsep ekonomi kreatif meluas diadopsi oleh negara-negara berkembang sebagai instrumen untuk mengembangkan perekonomian lokalnya (Fahmi et al., 2016).

Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia merupakan wujud optimisme untuk mendukung visi Indonesia yaitu menjadi negara yang maju. Didalamnya terdapat pemikiran, cita-cita, imajinasi, dan mimpi untuk menjadi masyarakat dengan kualitas hidup yang tinggi, sejahtera, dan kreatif. Ekonomi kreatif menjadikan sumber daya manusia (SDM) sebagai modal utama dalam sebuah

pengembangan yang berawal dari gagasan, ide dan pemikiran. Di masa yang akan datang diharapkan SDM ini mampu menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual.

Keseriusan pemerintah dalam meningkatkan perkembangan ekonomi kreatif ditandai dengan perubahan nomenklatur kementerian dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta kemudian dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif melalui peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Harapannya tidak lain adalah agar industri kreatif mampu menyokong perekonomian di tingkat daerah kabupaten/kota di seluruh wilayah Indonesia (Pangestu, 2008). Keberadaan industri kreatif di Indonesia seharusnya sudah lama dikembangkan. Namun selama ini tidak semua pihak mampu melihat secara utuh tentang industri kreatif padahal Indonesia mempunyai banyak potensi yang mampu dikembangkan sebagai penggerak industri kreatif. Indonesia merupakan sebuah negara yang kreatif, hal ini terbukti dengan begitu banyaknya aspek-aspek yang mendukung berkembangnya industri kreatif, seperti bahan baku yang merupakan sumber daya alam, sumber daya manusia dengan kekayaan budaya sebagai modal yang jumlahnya sangat melimpah.

Meski demikian, saat ini Indonesia masih tertinggal dari negara tetangga ataupun negara-negara maju lain dalam mengoptimalkan sektor ekonomi kreatif, dan jika kita tidak mampu mengembangkan maka kita akan hanya menjadi penonton di negeri sendiri dan miskin di daerah yang justru sangat kaya dengan sumber daya alam. Di era globalisasi dewasa ini, pencerahan melalui komodifikasi seluruh aspek kehidupan sangat perlu dikembangkan termasuk industri kreatif (Horkeimer dan Adorno, 2017).

Paper ini memberi kontribusi terhadap literatur ekonomi atau industri kreatif dalam hal berikut, pertama, dengan mengambil konteks Kabupaten Banjarnegara sebagai *case* yang secara empiris berbeda dengan daerah/kota lain di Indonesia yang telah maju dalam pengembangan ekonomi kreatifnya (seperti Bandung, Yogyakarta, Semarang), maka akan memperkaya pengetahuan tentang bagaimana pendekatan yang dapat diambil oleh daerah/kota dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif. Kabupaten Banjarnegara merupakan kabupaten yang banyak mengandalkan pada sumber daya alam namun ekonomi kreatif juga mulai berkembang. Kedua, studi ini berupaya mengidentifikasi peran institusional komunitas kreatif, sebagai komunitas yang mendorong dinamika ekonomi kreatif lokal.

1.1 Pertanyaan Penelitian

- Faktor ancaman, peluang, kelemahan, dan peluang apa saja yang dihadapi dalam mengembangkan ekonomi kreatif ?
- Alternatif strategi apa saja yang perlu dipertimbangkan dalam mengembangkan ekonomi kreatif?

2. Tinjauan Literatur

Ekonomi Kreatif (Ekraf) merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang, seiring dengan kondisi sumber daya alam

yang semakin terdegradasi setiap tahunnya. Melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Pemerintah Indonesia berusaha menaruh perhatian lebih terhadap sektor ini, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi dan peluang Ekonomi Kreatif di Indonesia. Ekonomi kreatif merupakan konsep yang terus mengalami perkembangan karena merupakan interaksi antara pengetahuan, budaya, ekonomi, dan teknologi (Bertacchini & Borrione, 2013).

2.1 Definisi Ekonomi Kreatif

Istilah ekonomi kreatif dipopulerkan oleh John Howkins pada tahun 2001 (Wiryono et al., 2015). Istilah tersebut diturunkan dari istilah industri kreatif atau mengacu juga pada istilah industri kultural (Ghazi & Goede, 2017). Terminologi ekonomi kreatif seringkali digunakan secara bergantian seperti dengan ekonomi kultural dan industri kreatif.

Istilah ekonomi kultural sesungguhnya telah lama dipakai sejak kurang lebih tahun 1930an oleh aliran pemikiran Frankfurt. Aliran pemikiran tersebut memandang negatif karena meyakini bertemunya kultur dan perusahaan yang dipandang sebagai representasi kekuatan kapitalisme tidak akan bertemu karena logika yang mendasari keduanya berbeda. Perubahan mulai terjadi sejak era 1960-an ketika para ahli mulai memandang bahwa pertemuan antara budaya dan korporasi tidak selalu menghasilkan ekspresi kultural yang negatif. Pada tahun 1980-an istilah cultural industry sudah tidak lagi memiliki makna negatif dan mulai banyak diskursus di kalangan akademisi dan pengambil kebijakan di level pemerintahan. Industri kreatif diterapkan pada berbagai aktivitas produksi yang lebih luas, meliputi produk yang dihasilkan melalui industry kultural dan yang bergantung pada inovasi

Banyak definisi yang diajukan di berbagai literatur, yang dapat dirangkum sebagai berikut (Marinova & Borza, 2013):

- Ekonomi kreatif merupakan konsep yang berdasar pada aset kreatif untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan ekonomi.
- Ekonomi kreatif merupakan konsep untuk mendorong kesejahteraan, penciptaan pekerjaan dan mendorong inklusi sosial, diversitas budaya dan pengembangan sumber daya manusia.
- Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang berbasis pengetahuan yang berkaitan dengan pengembangan dimensi makro dan mikro ekonomi secara keseluruhan.

2.2 Dampak Ekonomi Kreatif

Berdasarkan laporan Badan Ekonomi Kreatif (2018), kontribusi ekonomi kreatif dapat dilihat dari beberapa indikator baik secara ekonomi maupun non ekonomi sebagai berikut:

2.1.1. Dampak terhadap aspek sosial

Selain berkontribusi terhadap perekonomian, industri kreatif berkontribusi terhadap sosial ekonomi lainnya. Misalnya, terhadap peningkatan kualitas hidup, peningkatan toleransi sosial, bahkan peningkatan citra dan identitas bangsa.

2.1.2. Dampak terhadap pelestarian budaya

Peran penting nonekonomi dari industri kreatif adalah berperan dalam membangun budaya, warisan budaya, dan nilai-nilai lokal. Industri kreatif yang berbasis budaya menciptakan landasan karakter budaya lokal yang kuat. Industri kreatif mampu memperjuangkan hak

kekayaan intelektual (HAKI) bagi warisan budaya, dan kearifan budaya. Jamu-jamuan, makanan tradisional, obat-obatan tradisional, seni tradisional, dan pakaian tradisional adalah warisan budaya yang dapat dilindungi HAKI-nya. Di bidang teknologi sangat beragam, seperti irigasi subak, sistem pelestarian hutan suku pedalaman dan warisan budaya kerajinan lainnya, semua warisan budaya tersebut memiliki potensi pasar dan merupakan produk industri kreatif bangsa.

2.1.3. Dampak ekonomi

Dampak pengembangan ekonomi kreatif terhadap kehidupan ekonomi masyarakat dapat diketahui berdasarkan berbagai indikator ekonomi seperti penyerapan tenaga kerja, meningkatnya pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya beli, pengembangan UMKM dan berbagai indikator ekonomi lainnya.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian mengenai Ekonomi Kreatif pada Kabupaten Banjarnegara dilakukan dengan metode Kualitatif dengan pendekatan case study. Pendekatan ini dipandang tepat dengan mempertimbangkan kompleksitas fenomena yang melibatkan beragam pemangku kepentingan dan dinamika yang terjadi.

3.2 Partisipan

Partisipan penelitian terdiri atas para perencana dan kepala bidang perekonomian di Badan Perencanaan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Banjarnegara, dan para pelaku ekonomi kreatif yang tergabung dalam Komunitas Ekonomi Kreatif. Diskusi terfokus dilakukan dalam komunitas untuk mengeksplorasi persepsi pelaku terkait pengembangan ekonomi kreatif. Sebelum diskusi terfokus dalam komunitas, kuesioner untuk mendapatkan profil pelaku ekonomi kreatif terlebih dulu didistribusikan. Informasi awal ini penting terutama untuk mengetahui status bisnis pelaku ekraf. selain pelaku ekraf, informasi juga digali dari partisipan wartawan lokal khususnya yang memiliki keterlibatan dan memiliki perhatian terhadap dinamika ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

4. Hasil

4.1 Analisis Threat-Opportunity-Weaknesses-Strength (TOWS)

Analisis TOWS ditujukan untuk mengidentifikasi faktor ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan yang dihadapi dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara. Identifikasi ancaman merupakan yang pertama dilakukan mengingat dinamika lingkungan yang berubah secara cepat dan di luar kendali pelaku ekraf, sementara elemen kekuatan dianalisis paling akhir karena merupakan faktor yang di bawah kendali pelaku ekonomi kreatif.

External Factor Analysis	Ancaman	Peluang
---------------------------------	----------------	----------------

(EFAS)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Melemahnya daya beli ▪ Pembatasan mobilitas manusia jika pandemi meningkat ▪ Semakin mudahnya duplikasi karya intelektual; ▪ Orientasi pelaku masih tertuju pada daerah luar Banjarnegara 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan daerah semakin meningkat ▪ Ekonomi kreatif telah masuk dalam kementerian pariwisata. ▪ Luasnya potensi kerjasama. ▪ Ketersediaan infrastruktur teknologi informasi yang memadai. ▪ Kondisi politik daerah yang stabil.
Internal Factor Analysis (IFAS)		
Kelemahan	TW Strategy	OW Strategy
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Banyak kepentingan ekonomi kreatif belum tercermin dalam pengambilan keputusan strategik di pemerintah daerah; ▪ Iklim ekonomi kreatif belum optimal; ▪ Ekosistem ekonomi kreatif belum berkembang optimal; ▪ Penerapan teknologi belum dioptimalkan; ▪ Masih rendahnya apresiasi dan kesadaran atas hak kekayaan intelektual; ▪ Masih kurangnya ruang publik dan ruang kreatif. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan kegiatan penyuluhan secara produktif, efektif dan efisien ▪ Dukungan pemerintah berupa bantuan sarana & prasarana serta upaya promosi harus dioptimalkan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menambah upaya pemberian pelatihan mengenai pemasaran ▪ Meningkatkan aspek infrastruktur penunjang untuk berkembangnya sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara ▪ Melakukan berbagai upaya kerjasama untuk memperluas pangsa pasar sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.
Kekuatan	TS Strategy	OS Strategy
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dimilikinya potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dapat menunjang pengembangan ekonomi kreatif. ▪ Telah terbentuknya Komunitas Ekonomi Kreatif. ▪ Kohesifitas modal sosial yang cukup tinggi. ▪ Dukungan dan perhatian pemerintah daerah semakin besar. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan wawasan pengelolaan usaha bagi pelaku ekonomi kreatif; ▪ Melakukan koordinasi intens dengan pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara ▪ Meningkatkan upaya promosi sektor ekonomi kreatif. ▪ Melakukan berbagai inovasi dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif baik dalam proses produksi maupun dalam pola pemasaran.

4.2 Arah Strategi

Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara yang paling utama yaitu dari peranan pemerintah daerah. Penguatan kelembagaan bidang/dinas yang membidangi ekonomi kreatif di Pemkab Banjarnegara dan Komunitas Ekonomi Kreatif Banjarnegara dengan arah kebijakan meningkatkan keterlibatan komunitas ekonomi kreatif dalam perencanaan pengembangan program ekonomi kreatif yang selanjutnya menginventarisasi pelaku ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

Strategi selanjutnya yaitu pemberdayaan pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara dengan pengenalan secara dini konsep inovasi dan kreativitas sebagai pembelajaran serta

meningkatkan kualitas materi penumbuhkembangkan kreativitas untuk diaplikasikan di sekolah-sekolah formal.

Selanjutnya strategi penumbuhkembangan kreativitas dan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi, seni, dan budaya untuk mengembangkan potensi lokal; mendorong partisipasi dan keterlibatan masyarakat untuk berperan dalam upaya menumbuhkembangkan dan memelihara produk-produk kreatif lokal; peningkatan apresiasi masyarakat dan pelaku ekonomi kreatif terhadap kreativitas dan hak kekayaan intelektual; pengembangan kelembagaan yang mendukung ekosistem kreativitas; peningkatan pemasaran dan promosi karya kreatif; serta penguatan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha ekonomi kreatif.

5. Pembahasan

Analisis TOWS dilakukan untuk mengetahui berbagai aspek yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara baik yang bersifat internal maupun eksternal. Analisis TOWS terdiri dari aspek ancaman (*threats*), peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*), dan kekuatan (*strength*). Perumusan strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara dengan menggunakan analisis TOWS tersebut untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman (faktor eksternal) yang dihadapi oleh masyarakat khususnya pelaku ekonomi kreatif disesuaikan dengan kelemahan dan kekuatan (faktor internal) yang masing-masing dari kedua faktor tersebut memberikan dampak positif dan negatif.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh fakta-fakta yang menunjukkan hal yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara. Analisis faktor internal menunjukkan bahwa dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara terdapat kekuatan dan kelemahan. Faktor kekuatan yaitu semakin banyaknya pelaku-pelaku ekonomi kreatif berasal dari kalangan muda. Di samping itu banyak terbentuknya Komunitas Ekonomi Kreatif Banjarnegara yang sudah berbadan hukum, dimana di antara pelaku ekonomi kreatif tersebut memiliki kohesivitas modal sosial atau hubungan antar kelompok yang cukup tinggi, serta dukungan dan perhatian pemerintah daerah yang semakin besar. Selain faktor kekuatan internal di atas, Kabupaten Banjarnegara memiliki beberapa kelemahan yang perlu adanya solusi pemecahan. Kelemahan tersebut antara lain definisi peran komunitas belum tercermin dalam pengambilan keputusan strategik di tingkat pemerintah daerah, iklim ekraf lokal belum optimal dalam mendorong pelaku ekraf untuk berperan di berbagai sektor ekonomi, ekosistem ekraf yang masih belum berkembang optimal sehingga mendorong beberapa pelaku memindahkan aktivitasnya ke luar daerah, tingkat apresiasi masyarakat terhadap produk kreatif lokal yang masih rendah, minimnya kesadaran atas hak kekayaan intelektual di kalangan pelaku ekraf, dan masih kurangnya ruang publik sekaligus ruang kreatif bagi para pelaku ekraf.

Analisis gambaran bagaimana peluang serta ancaman (faktor eksternal) yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara di antaranya faktor peluang yaitu meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan daerah, ekonomi kreatif telah masuk dalam Kementerian Pariwisata, luasnya potensi kerjasama, ketersediaan infrastruktur yang memadai, serta kondisi politik daerah yang stabil. Selanjutnya analisis faktor ancaman yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara antara lain melemahnya daya beli masyarakat, pembatasan mobilitas manusia apabila pandemi semakin meningkat, semakin

mudahnya duplikasi karya intelektual, serta orientasi pelaku ekonomi yang masih tertuju pada daerah luar Kabupaten Banjarnegara.

Selanjutnya berdasarkan matrix eksternal dan internal, maka dapat disusun atau dirumuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara sebagai berikut:

- Strategi T-W
 - 1) Peningkatan kegiatan penyuluhan pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara secara produktif, efektif, dan efisien
 - 2) Optimalisasi dukungan pemerintah berupa bantuan sarana dan prasarana serta upaya promosi
- Strategi O-W
 - 1) Penambahan upaya pemberian pelatihan bagi pelaku ekonomi kreatif mengenai pemasaran
 - 2) Peningkatan aspek infrastruktur penunjang untuk berkembangnya sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara
 - 3) Melakukan berbagai upaya kerjasama untuk memperluas pangsa pasar sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara
- Strategi T-S
 - 1) Peningkatan wawasan pengelolaan usaha bagi pelaku ekonomi kreatif
 - 2) Koordinasi intens dengan pemerintah
- Strategi O-S
 - 1) Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara
 - 2) Peningkatan upaya promosi sektor ekonomi kreatif
 - 3) Inovasi dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif baik dalam proses produksi maupun dalam pola pemasaran

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa hal diantaranya:

- Ekonomi kreatif merupakan sektor yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan dan memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat di Kabupaten Banjarnegara. Sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Banjarnegara memiliki berbagai potensi pengembangan penunjang sektor ekonomi kreatif. Mulai dari potensi kuliner, kesenian, kerajinan (kriya), seni pertunjukkan, dan berbagai potensi lain.
- Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Banjarnegara terus memberikan dukungan dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif. Selain mendukung secara regulasi, pengembangan infrastruktur, membentuk ekosistem ekonomi kreatif yang baik, serta menciptakan iklim ekonomi yang kompetitif, untuk mengoptimalkan peran pemerintah dalam perencanaan disusunlah roadmap pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa hal diantaranya:

- Ekonomi kreatif merupakan sektor yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan dan memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat di Kabupaten Banjarnegara. Sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Banjarnegara

memiliki berbagai potensi pengembangan penunjang sektor ekonomi kreatif. Mulai dari potensi kuliner, kesenian, kerajinan (kriya), seni pertunjukkan, dan berbagai potensi lain.

- Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Banjarnegara terus memberikan dukungan dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif. Selain mendukung secara regulasi, pengembangan infrastruktur, membentuk ekosistem ekonomi kreatif yang baik, serta menciptakan iklim ekonomi yang kompetitif, untuk mengoptimalkan peran pemerintah dalam perencanaan disusunlah roadmap pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Badan Perencanaan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Banjarnegara yang telah memfasilitasi penelitian.

Daftar Pustaka

- Aldy Purnomo, Rochmat. 2016. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Ekonomi Indonesia*. Ziyad Visi Media, Surakarta.
- Anonim, 2018. Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif Tahun 2018. BPS dan BEKRAF, Jakarta.
- Azizah, Siti Nur. 2017. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. Aplikasi: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama. UIN Suka, Yogyakarta.
- Badan Ekonomi Kreatif, 2014. Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019. BEKRAF, Jakarta.
- Badan Ekonomi Kreatif, 2016. *Retas: Kebangkitan Ekonomi Kreatif Berpotensi Menjadi Tulang Punggung Perekonomian Indonesia*. RETAS Desember 2016, Jakarta.
- Badan Ekonomi Kreatif, 2018. Panduan Penyusunan Roadmap Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah (RPEKD).
- Bertacchini, E. E., & Borrione, P. (2013). The Geography of the Italian Creative Economy: The Special Role of the Design and Craft-based Industries. *Regional Studies*, 47(2), 135–147. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.628652>
- Fahmi, F. Z., Koster, S., & van Dijk, J. (2016). The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia. *Cities*, 59, 66–79. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.06.005>
- Ghazi, E. L., & Goede, M. (2017). Creative economy assessment: A case study of Kish Island. *International Journal of Social Economics*, 44(12), 1940–1956. <https://doi.org/10.1108/IJSE-05-2016-0141>
- Irawan, Andri. 2015. *Ekonomi Kreatif Sebagai Suatu Solusi Mensejahterakan Masyarakat Dalam Meningkatkan Tingkat Perekonomian*. Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SNEB), Jakarta.
- Marinova, E., & Borza, A. (2013). the Creative Economy , the Creative Industries and New

- Perspectives for Creative Cities. *Managerial Challenges of the Contemporary Society*, 7(2), 22–26.
- Ndou, V., Schiuma, G., & Passiante, G. (2019). Towards a framework for measuring creative economy: evidence from Balkan countries. *Measuring Business Excellence*, 23(1), 41–62. <https://doi.org/10.1108/MBE-03-2018-0013>
- Pemerintah Daerah Kabupaten Banjarnegara, 2018. Rencana Kerja Pemerintah Daerah Tahun 2019.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 142 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025.
- Ström, P., & Nelson, R. (2010). Dynamic regional competitiveness in the creative economy: Can peripheral communities have a place? *Service Industries Journal*, 30(4), 497–511. <https://doi.org/10.1080/02642060903067555>
- Wiryo, S. K., Susatyo, H., Utomo, S., Suryanta, B., Sudrajad, O. Y., Lazuardi, K. M., & Yuanita, H. (2015). Risk Mapping on Dynamics Creative Industry: Case Study at Bandung City, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169(August 2014), 125–130. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.292>