

STUDI POTENSI EKONOMI KREATIF USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN PEMALANG

Ali Imron¹⁾, Hartoyo²⁾, Rizka Ariyanti³⁾

Student Doctoral Program of Management Science University of General Soedirman Purwokerto / Dpk Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama (ITSNU) Pekalongan¹⁾

Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Adias Pemalang²⁾

Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama (ITSNU) Pekalongan³⁾

imron.alialta@gmail.com¹⁾, hartoyo2031@gmail.com²⁾, rizkaariyanti@gmail.com³⁾

Abstrak

Tujuan dari Studi Potensi Ekonomi Kreatif Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Pemalang adalah mengidentifikasi potensi 15 subsektor industri kreatif dan berbagai faktor yang menjadi komponen dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pemalang. Kolaborasi dari pemerintah, cendekiawan, dan bisnis memiliki peranan yang besar dan prasyarat mendasar untuk merealisasikan ekonomi kreatif. Selain itu berperan sebagai penggerak faktor pencapaian sasaran ekonomi kreatif dalam 15 subsektor industri kreatif. Jumlah pelaku industri kreatif di Kabupaten Pemalang sebesar 6.764 usaha, maka besarnya sampel minimal adalah sebesar 98,54 rumah tangga. Dengan mempertimbangkan menurunkan toleransi kesalahan pengambilan sampel maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 pelaku usaha industri kreatif. Potensi industri kreatif di Kabupaten Pemalang cukup besar, tercatat lebih dari 6.479 pelaku usaha atau UMKM yang bergerak di industri ini. Dari 15 subsektor industri kreatif, 12 subsektor diantaranya telah teridentifikasi keberadaannya dan berkembang cukup baik di Kabupaten Pemalang. Sedangkan 3 subsektor diantaranya yaitu periklanan, percetakan dan penerbitan dan pasar barang seni masih belum digeluti oleh masyarakat. Kinerja rantai nilai industri kreatif menunjukkan bahwa terdapat 7 subsektor industri kreatif di Kabupaten Pemalang yang dikategorikan cukup berkembang untuk menciptakan peningkatan nilai produk/jasa. Sementara 5 subsektor industri kreatif lainnya dikategorikan kurang berkembang dalam proses penciptaan nilainya.

Kata kunci: *Ekonomi Kreatif, Strategi Industri Kreatif, SWOT, Subsektor Industri Kreatif*

1. Pendahuluan

Di era informasi saat ini, banyak penemuan baru di bidang teknologi infokom serta globalisasi ekonomi telah membawa peradaban manusia ke dalam ruang interaksi sosial baru. Penemuan baru seperti internet, email, dan *Global System for Mobile Communication* (GSM) telah meningkatkan produktivitas manusia (Porter, 1990). Selain itu terjadi pergeseran global industri hiburan dan media yang telah mengubah gaya hidup, karakter dan berperilaku. Konsumen menjadi lebih kritis dan sensitif karena perkembangan pasar dan persebaran ke seluruh dunia.

Fenomena tersebut meningkatkan persaingan yang ketat. Dalam situasi ini, bisnis harus

mencari cara untuk menekan biaya dengan cara yang paling hemat dan efisien. Dengan demikian konsentrasi industri sudah tidak bisa mengandalkan supremasi di bidang industri lagi seperti tenaga kerja yang murah. Industri berjalan ke arah penggunaan SDM yang kreatif yang mampu mengintensifkan kreativitas dan informasi (ekonomi kreatif) dan digerakkan oleh sektor industri uang biasa disebut sebagai industri kreatif (Andres, and Round, 2015).

Ekonomi kreatif pada dasarnya merupakan jenis ekonomi yang mengutamakan kreativitas berfikir. Sebenarnya, manifestasi berfikir kreatif memiliki banyak bentuk, termasuk berpikir tentang cara baru, model, produk, dan sebagainya. Pada dasarnya, ini adalah proses

mengubah ide-ide menjadi nilai tambahan. Pemerintah menyadari bahwa pengembangan ekonomi kreatif dapat mempercepat pembangunan, membangun kemandirian ekonomi, dan pemerataan pembangunan dengan memberikan kesempatan kepada daerah untuk memanfaatkan kekayaan intelektual, yaitu keahlian, bakat, dan kreativitas, yang akan mampu membangkitkan, memberi nilai saing, dan meningkatkan keunggulan dalam persaingan ekonomi secara global.

Bagi Kabupaten Pemalang, pengembangan ekonomi kreatif tidak dapat dilepaskan keberadaan industri kreatif di daerah yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari konsep pengembangan ekonomi kreatif. Kondisi industri kreatif di Kabupaten Pemalang sebagian besar berupa usaha kelompok mikro, kecil dan menengah dan dipercayai dapat menjawab permasalahan pengangguran, kemiskinan, dan rendahnya daya saing industri di Kabupaten Pemalang.

Pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pemalang tidak hanya berfokus pada pengembangan kelompok industri kreatif, tetapi juga pengembangan berbagai faktor penting dalam ekonomi kreatif, seperti sumber daya manusia, bahan baku berbasis sumber daya alam, teknologi, struktur institusi, dan lembaga pembiayaan (Moore, 2014).

Karena itu, kerja sama antara berbagai pihak yang terlibat dalam ekonomi kreatif, yaitu intelektual, bisnis, dan pemerintah, menjadi penting dan mutlak. Pengembangan ekonomi kreatif kemungkinan berjalan tidak selaras, efektif, dan saling tumpang tindih jika tidak terjadi kerjasama antar komponen (Maryunani, and Mirzanti, 2015). Selain itu, kerja sama yang disebutkan di atas akan membantu mencapai sasaran lima belas subsektor industri kreatif: periklanan, permainan interaktif, arsitektur, cetakan, TV dan radio, film, fesyen, video, fotografi, seni pertunjukan, kerajinan, desain, penerbitan, musik, penelitian dan pengembangan, pasar barang seni, layanan komputer dan perangkat lunak, dan makanan (Incekara, Sener, and Hobikoglu, 2013).

Belum berjalannya secara optimal pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pemalang tidak terlepas dari berbagai kendala

yang dihadapi baik internal maupun eksternal yang dapat mendukung proses penciptaan nilai pada industri kreatif. Untuk itu perlu adanya perencanaan yang berkesinambungan yang dapat mengoptimalkan seluruh potensi ekonomi kreatif di Kabupaten Pemalang dalam rangka mewujudkan visi ekonomi kreatif Indonesia 2025 yaitu “Bangsa Indonesia yang berkualitas hidup dan bercitra kreatif di mata dunia” sekaligus juga mewujudkan visi perencanaan jangka panjang Kabupaten Pemalang yaitu “Kabupaten Pemalang Yang Maju, Mandiri dan Sejahtera”.

2. Metode Penelitian

Semakin banyak orang yang berpartisipasi dalam aktivitas kreatif dan semakin banyak kota dan daerah yang berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi kreatif menunjukkan bahwa ekonomi kreatif telah menjadi bagian dari perekonomian nasional dan lokal. Ini dianggap dapat mempercepat pembangunan, membangun kemandirian ekonomi, dan mencapai pemerataan pembangunan.

Studi Potensi Ekonomi Kreatif UMKM di Kabupaten Pemalang diharapkan dapat menggambarkan kemungkinan 14 subsektor industri kreatif dan satu subsektor kuliner berdasarkan Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2025. Pemetaan potensi juga melibatkan berbagai elemen yang membentuk pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pemalang. Hasilnya digunakan untuk menganalisis seberapa besar upaya yang dilakukan oleh industri kreatif untuk menghasilkan nilai tambahan. Berdasarkan hasil analisis ini, prioritas peningkatan daya saing industri kreatif di Kabupaten Pemalang akan ditentukan (Taufik, dan Tatang, 2010). Pada akhirnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau saran bagi pemerintah untuk membantu mengembangkan ekonomi kreatif di Kabupaten Pemalang.

Penelitian ini melakukan tahapan penelitian sebagai berikut:

- a. Proses Pendataan, merupakan proses identifikasi dan pengumpulan data terkait kondisi dan potensi 15 subsektor industri kreatif. Hasil pendataan digunakan untuk memetakan rantai nilai industri kreatif mulai pra sampai pasca produksi.

- b. Proses Analisis, merupakan tahapan untuk mengolah data yang akan digunakan untuk menganalisa aktivitas penciptaan nilai tambah pada 15 subsektor industri kreatif sebagai bahan dalam menentukan prioritas peningkatan daya saing industri-industri kreatif di Kabupaten Pemalang.
- c. Perumusan kebijakan dan strategi untuk mengembangkan ekonomi kreatif.

Perumusan kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif merupakan kegiatan penyusunan skenario berdasarkan prioritas dan kemampuan daerah dalam mewujudkan daya saing ekonomi di Kabupaten Pemalang.

2.1 Alur Pikir Proses Penelitian

Adapun alur proses penelitian studi ini sebagai berikut :

- a. Tahap Identifikasi Subsektor Industri Kreatif di Kabupaten Pemalang

Identifikasi subsektor industri kreatif di Kabupaten Pemalang dilakukan melalui pengumpulan data dan informasi tentang kondisi dan potensi industri kreatif. Data-data tersebut antara lain :

- 1) Profil pelaku usaha industri kreatif.
- 2) Lingkungan ekonomi kreatif.
- 3) Pelaku utama ekonomi kreatif.
- 4) Faktor penggerak ekonomi kreatif.

- b. Tahap Analisis Rantai Nilai

Analisis rantai nilai merupakan proses mengidentifikasi peta rantai nilai yang digunakan dan fungsi yang dilakukan di industri kreatif, serta peran yang dimainkan oleh operator rantai. Rantai nilai analisis didasarkan pada proses pembuatan barang atau jasa dari mulai pra-produksi hingga pasca-produksi, yang mencakup:

- 1) Kreasi
- 2) Produksi
- 3) Distribusi
- 4) Komersialisasi

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang dilakukan dalam Studi Potensi Ekonomi Kreatif UMKM di Kabupaten Pemalang ini adalah:

- a. Studi Pustaka, merupakan pengumpulan data dan informasi dari penerbitan, penelitian atau

dinasinsansi yang membidangi industri kreatif di Kabupaten Pemalang.

- b. Observasi, data dan informasi primer yang berasal dari lingkungan industri kreatif, pelaku utama dan penggerak ekonomi kreatif di Kabupaten Pemalang hasil dari pengamatan secara langsung.
- c. Survei/Wawancara, digunakan untuk mendapatkan data/fakta dan gambaran primer pelaku usaha industri kreatif terkait dengan penciptaan produk/jasa kreatif dari mulai pra sampai dengan pasca produksi.

2.3 Sampel

Menurut Sugiyono dalam Teori Sample dan Sampling Penelitian (2011), metode purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan tujuan tertentu. Metode ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan oleh pelaku industri kreatif ini. Sampel ini digunakan dalam penelitian kualitatif atau yang tidak melakukan generalisasi.

Dengan jumlah pelaku industri kreatif di Kabupaten Pemalang sebesar 6.764 usaha (*Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan dan Bappeda*) maka dengan rumus Slovin besarnya sampel minimal adalah sebesar 98,54 rumah tangga. Dengan mempertimbangkan menurunkan toleransi kesalahan pengambilan sampel maka sampel yang digunakan dalam Studi Potensi Ekonomi Kreatif UMKM di Kabupaten Pemalang adalah sebesar 150 pelaku usaha industri kreatif. Sampel diambil secara acak dan proporsional dengan tetap memperhatikan keterwakilan sampel pada setiap subsektor industri kreatif di Kabupaten Pemalang sebagaimana dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. Proporsi Penarikan Sampel

No.	Nama	Jumlah Pelaku Usaha	Jumlah Sample
1	Periklanan	0	0
2	Desain	132	2
3	Kerajinan	1.591	30
4	Pasar Barang Seni	0	0
5	Arsitektur	5	2
6	Video, Film, dan Fotografi	13	2
7	Fesyen	1.989	40

8	Musik	282	2
9	Permainan Interaktif	8	2
10	Penerbitan dan Percetakan	0	0
11	Seni Pertunjukan	279	10
12	Televisi dan Radio	9	2
13	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	22	3
14	Riset dan Pengembangan	42	2
15	Kuliner	2.392	55
Jumlah		6.764	150

Sumber : BPS Kab. Pemalang

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Klasifikasi Subsektor Industri Kreatif

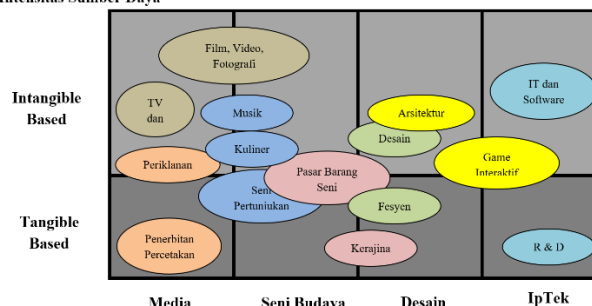
Klasifikasi subsektor industri kreatif mencakup 14 (empat belas) subsektor, yaitu :

- Periklanan.
- Desain
- Kerajinan
- Pasar barang seni.
- Arsitektur
- Produksi video, film, dan fotografi.
- Industri fesyen.
- Musik.
- Permainan interaktif.
- Penerbitan dan percetakan.
- Seni pertunjukan.
- Televisi dan radio.
- Kuliner
- Riset dan pengembangan.
- Layanan komputer dan piranti lunak.

Subsektor kuliner harus ditambahkan ke subsektor industri kreatif. Sebagian besar kegiatan kreatif ini baru dan dapat dimasukkan ke dalam industri kreatif. Warisan budaya produk makanan khas Indonesia, yang memberikan keunggulan komparatif, mendorong inisiatif kreatif ini. Subsektor yang ada di seluruh negeri harus dibagi menjadi kelompok berdasarkan dua hal utama: produk yang dominan dan tingkat keterampilan sumber daya manusia. Ini akan membantu dalam pembentukan kebijakan dan strategi untuk industri kreatif. Kegiatan ini dapat

meningkatkan pemahaman kondisi dan masalah yang terjadi pada tiap subsektor dengan menggunakan dimensi yang sudah dijelaskan. Hal ini dapat meningkatkan pola koordinasi dan percepatan pemakaian sumber daya subsektor industri kreatif dalam rangka pencapaian sasaran pengembangan.

Intensitas Sumber Daya



Gambar 1. Klasifikasi 15 Subsektor Industri Kreatif

Subsektor dengan warna yang sama memiliki kesamaan substansi dan sumber daya manusia sehingga perlu strategi pengembangan yang sebanding. Subdivisi industri kreatif mencakup:

- Subsektor industri publikasi dan presentasi mencakup penerbitan dan periklanan;
- Subsektor industri kandungan budaya melalui media elektronik, seperti televisi dan radio, film, video, dan fotografi;
- Subsektor industri konten budaya yang ditampilkan secara langsung atau melalui media elektronik, seperti musik dan seni pertunjukan;
- Subsektor industri dengan konten seni dan budaya yang luas, seperti kerajinan tangan dan karya seni.
- Subsektor industri desain, seperti fesyen dan arsitektur.
- Subsektor industri kreatif.

Untuk menentukan strategi pengembangan, pembagian kelompok industri kreatif ini akan sangat penting. Dalam subsektor tertentu, industri kreatif memanfaatkan sumber daya alam yang tinggi, sehingga diperlukan pertimbangan kebijakan pengelolaan sumber daya alam. Selain itu, kebijakan pemerintah yang mengatur keempat elemen utama industri kreatif memberikan dampak pada subsektor terkait. Sehingga

kebijakan untuk usaha industri kreatif mencakup berbagai industri dan kerjasama antar lembaga.

Tabel 2. Total Nilai Kinerja Ekonomi Rantai Nilai Industri Kreatif

No	Subsektor Industri Kreatif	Skor	Kategori
1	Arsitektur	88,89	Cukup
2	Kerajinan	55,56	Kurang
3	Desain	83,33	Cukup
4	Fesyen	63,89	Kurang
5	Video Film dan Fotografi	75,00	Cukup
6	Permainan Interaktif	52,78	Kurang
7	Musik	72,22	Cukup
8	Seni Pertunjukan	69,44	Cukup
9	Layanan Komputer	80,56	Cukup
10	Televisi dan Radio	77,78	Cukup
11	Riset dan Pengembangan	61,11	Kurang
12	Kuliner	61,11	Kurang
Rata-rata		70,14	Cukup

Keterangan :

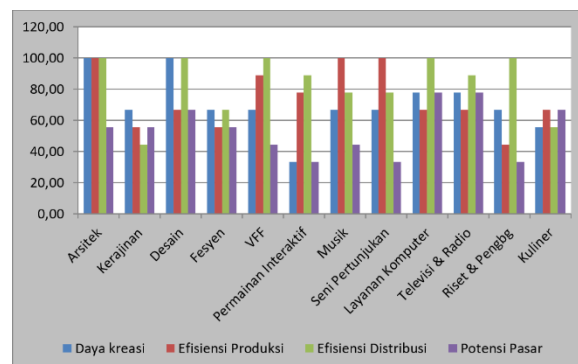
Cukup : $\geq 66,67$

Kurang : $< 66,67$

Hasil analisa sebagaimana gambar 4 menunjukkan bahwa subsektor-subsektor dengan aktivitas dominan pada rantai kreasi memiliki tingkat kreativitas yang tinggi seperti arsitektur, desain, video Film dan Fotografi, Televisi dan Radio serta layanan komputer. Produk/jasa subsektor ini juga biasanya diproduksi sangat terbatas yang dapat meningkatkan nilai jual produk/jasa yang dihasilkan. Pada subsektor-subsektor ini, baik rantai kreasi maupun produksi juga telah menggunakan peralatan yang lebih canggih dan modern.

Sementara itu bagi subsektor-subsektor dengan aktivitas dominan pada rantai produksi yang merupakan proses mereplikasi atau mereproduksi atas desain kreasi seperti kerajinan, fesyen dan kuliner memiliki nilai jual produk yang rendah. Sedangkan daya kreasi yang dihasilkan pada umumnya kurang berdampak pada peningkatan nilai jual produk. Efisiensi

produksi pada subsektor ini akan meningkat seiring dengan bertambahnya produk.



Gambar 2. Kinerja Ekonomi Rantai Nilai

3.2 Potensi Industri Kreatif

Potensi industri kreatif di Kabupaten Pemalang cukup besar, tercatat lebih dari 6.944 pelaku usaha atau UMKM yang bergerak di industri ini. Dari 15 subsektor industri kreatif, 12 subsektor diantaranya telah berkembang cukup baik. Sedangkan 3 subsektor diantaranya yaitu periklanan, percetakan dan penerbitan dan pasar barang seni masih belum berkembang cukup baik.

Subsektor yang telah berkembang cukup pesat yang ditandai dengan banyaknya pelaku usaha yang bergerak dalam industri ini adalah subsektor kerajinan yang melibatkan 1.591 pelaku usaha, subsektor fesyen yang melibatkan 1.898 pelaku usaha dan subsektor kuliner yang melibatkan 2.392 pelaku usaha. Kecamatan Taman merupakan kecamatan dengan jumlah pelaku usaha kreatif terbanyak dibandingkan kecamatan lainnya yaitu sebesar 802 pelaku usaha. Sementara Kecamatan Warungpring adalah kecamatan dengan jumlah pelaku usaha kreatif terkecil yaitu hanya melibatkan 222 pelaku usaha.

Sementara itu kecamatan-kecamatan dengan jenis subsektor industri kreatif terbanyak berada pada Kecamatan Pemalang dengan 13 jenis subsektor industri kreatif dan Kecamatan Taman dengan 12 jenis subsektor industri kreatif.

3.3 Potensi Kawasan Desa Inovasi

Paradigma Desa Inovasi melibatkan segenap unsur desa dan berpendapat bahwa desa dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan

memanfaatkan sumber daya desa dengan cara yang baru, menggunakan iptek dan kearifan lokal. Paradigma ini mencakup kemajuan desa dan peningkatan taraf hidup masyarakat dalam empat pilar:

- a. Pelayanan publik, administrasi, pendidikan, dan kesehatan.
- b. UMKM sesuai dengan potensi desa.
- c. Pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan menjadi sektor terpadu dengan sentuhan IPTEK.
- d. Pembangunan sarana dan prasarana dengan memanfaatkan berbagai program terpadu.

Kabupaten Pematang Jaya memiliki sejumlah kawasan dan desa inovasi, yang ditunjukkan oleh berbagai inisiatif inovasi, lembaga dan jejaring inovasi, budaya inovasi masyarakat, keterpaduan perencanaan inovasi, dan kepekaan masyarakat terhadap perubahan dunia.

3.4 Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Strategi dan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pematang Jaya merupakan strategi yang diturunkan dari hasil analisis kinerja ekonomi rantai nilai industri kreatif dan analisis lingkungan industri kreatif. Fokus strategi adalah pengembangan produk yang mengedepankan kreativitas dan inovasi serta menciptakan efisiensi dan efektivitas produksi, distribusi dan komersialisasi dalam rangka meningkatkan keunggulan kompetitif dan komparatif industri kreatif di Kabupaten Pematang Jaya. Strategi ini dikembangkan untuk menciptakan ruang ilmu pengetahuan, ruang konsensus dan ruang inovasi dengan memperkuat lima pilar pengembangan ekonomi kreatif yaitu *industry, resources, institution, technology*, dan *financial intermediary* melalui sinergi dan kolaborasi aktor utama pengembangan ekonomi kreatif yaitu akademisi, bisnis dan pemerintah.

Adapun strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Pematang Jaya meliputi :

- a. Pengembangan SDM Kreatif
 - 1) Program untuk meningkatkan sumber daya manusia kreatif, berkesinambungan dan berkualitas tinggi
 - 2) Program peningkatan penghargaan Masyarakat Terhadap Insan Kreatif
- b. Pengembangan Struktur Industri

- 1) Program pengembangan diversifikasi produk
- 2) Program pengembangan jalur distribusi dan komersialisasi
- 3) Program pengembangan sentra dan kawasan kreatif
- c. Pengembangan teknologi
 - 1) Program pengembangan inovasi teknologi
 - 2) Program fasilitasi dukungan peralatan.
 - 3) Program pendidikan dan pelatihan penguasaan teknologi ICT
- d. Pengembangan sumberdaya
 - 1) Program peningkatan intensifikasi pengolahan teknologi material tepat guna dan ramah lingkungan
 - 2) Program intensifikasi kerjasama antar lembaga pendidikan dalam bidang riset dan teknologi material
 - 3) Program pengembangan produk dan jasa kreatif bermuatan lokal
- e. Pengembangan dan peningkatan peran institusi
 - 1) Program fasilitasi layanan HKI bagi masyarakat luas
 - 2) Program fasilitasi layanan interaksi bisnis yang menghargai HKI
 - 3) Program pengembangan komunitas kreatif
- f. Pengembangan dan peningkatan peran lembaga pembiayaan
 - 1) Program fasilitasi akses pembiayaan industri kreatif
 - 2) Program peningkatan akses bantuan permodalan

4. Kesimpulan

Potensi industri kreatif di Kabupaten Pematang Jaya cukup besar, tercatat lebih dari 6.479 pelaku usaha atau UMKM yang bergerak di industri ini. Dari 15 subsektor industri kreatif, 12 subsektor diantaranya telah teridentifikasi keberadaannya dan berkembang cukup baik di Kabupaten Pematang Jaya. Sedangkan 3 subsektor diantaranya yaitu periklanan, percetakan dan penerbitan dan pasar barang seni masih belum digeluti oleh masyarakat.

Kinerja rantai nilai industri kreatif menunjukkan bahwa terdapat 7 subsektor industri kreatif di Kabupaten Pematang Jaya yang

dikategorikan cukup berkembang dalam proses penciptaan nilai produk/jasa yang dihasilkan. Sementara 5 subsektor industri kreatif lainnya dikategorikan kurang berkembang dalam proses penciptaan nilainya.

DAFTAR PUSTAKA

Andres, L. and Round, J. 2015, "The creative economy in a context of transition: A review of the mechanisms of micro-resilience", *Cities*, No. 45, pp. 1-6.

Badan Pusat Statistik Pematang. 2016

Badan Perencanaan dan Penanaman Modal Daerah Pematang.

Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Pematang

Incekara, A., Sener, S. and Hobikoglu, E. H. 2013, "Economic evaluation of the film industry in terms of strategic management within the scope of the creative innovative industries: The case of Turkey", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 99, pp. 636-647.

Maryunani, S. R. and Mirzanti, I. R. 2015, "The development of entrepreneurship in creative industries with reference to Bandung as a creative city", *Procedia - Social and*

Behavioral Sciences, No. 169, pp. 387-394

Moore, I. 2014, "Cultural and creative industries concept – a historical perspective", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 110, pp. 738-746.

Porter, M. E. 1990. "The Competitive Advantage of Nations". New York: Free Press

Sekaran, U. and Bougie, R. 2010. "Research Methods for Business: A skill Building Approach" – Fifth Edition. John Wiley & Sons Ltd.: Great Britain

Sugiyono. 2003. "Metode Penelitian Bisnis. Edisi 1". Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2006. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2010. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Alfabeta, Bandung.

Taufik, Tatang A. 2010. "Kemitraan Dalam Penguatan Sistem Inovasi Nasional"; Dewan Riset Nasional.

Taufik, Tatang .A. 2006. "Strategi Dual Pengembangan Kemampuan Industri TIK Nasional". Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT).