



LAPORAN AKHIR

KEGIATAN PENYUSUNAN

NASKAH AKADEMIK RANCANGAN PERATURAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT TENTANG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

**SEKRETARIAT DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH
KABUPATEN BANDUNG BARAT
2024**

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena dengan karunia dan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka memberikan pengaturan tentang pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat dan bertujuan agar peraturan daerah yang dihasilkan nanti akan sesuai dengan kehidupan masyarakat serta Peraturan Daerah yang dihasilkan tidak menimbulkan masalah di kemudian hari.

Akhir kata, kami harapkan isi dari penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif ini dapat memberikan masukan yang berharga bagi rencana Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bandung Barat dalam rangka penyusunan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Bandung Barat, ... Mei 2024

CV TRIAS SARANA MULIA

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan	6
D. Metode Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS RANCANGAN PERATURAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT TENTANG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF	
A. Tinjauan Umum Tentang Ekonomi Kreatif	11
B. Tinjauan Umum tentang Industri Kreatif.....	31
C. Tinjauan Teoritis tentang Kewenangan Pemerintah Kabupaten/Kota di Bidang Pariwisata.....	52
D. Kajian Terhadap Asas/Prinsip yang Terkait dengan Penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.....	62
E. Kajian Kondisi Eksisting Pengembangan ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat	76
F. Implikasi Pengaturan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat	89
BAB III EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN YANG BERKAITAN DENGAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF.....	91
BAB IV LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS DALAM PEMBENTUKAN RANCANGAN PERATURAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT TENTANG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF	

A. Landasan Filosofis	120
B. Landasan Sosiologis.....	122
C. Landasan Yuridis.....	124

**BAB V ANALISIS JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN
RUANG LINGKUP MATERI MUATAN RANCANGAN
PERATURAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG
BARAT TENTANG PENGEMBANGAN EKONOMI
KREATIF**

A. Konsideran	127
B. Landasan Hukum	128
C. Ruang Lingkup Materi Muatan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.....	129

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	163
B. Saran.....	166

DAFTAR PUSTAKA

**LAMPIRAN : DRAFT RANCANGAN PERATURAN DAERAH
KABUPATEN BANDUNG BARAT TENTANG
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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.

Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan bahwa tujuan nasional bangsa Indonesia adalah melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial. Selanjutnya, Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan bahwa “Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”. 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.

Indonesia yang kaya dengan budaya, kuliner dan kreatifitas seni merupakan lahan subur untuk menggaet kesejahteraan. Kekayaan tersebut harus dikelola dan diarahkan, dengan

melibatkan seluruh potensi pemerintah, dunia usaha, sektor keuangan dan masyarakat.

Untuk mengoptimalkan sumber daya manusia tersebut, diperlukan pengelolaan potensi Ekonomi Kreatif secara sistematis, terstruktur, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan pengarusutamaan Ekonomi Kreatif dalam rencana pembangunan nasional melalui pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif yang memberikan nilai tambah pada produk Ekonomi Kreatif yang berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum. Melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, diharapkan memberikan insentif dan kemudahan bagi pelaku ekonomi kreatif sebagai ujung tombak usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Ekonomi kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan dan atau teknologi. Di Indonesia, pengembangan ekonomi kreatif telah menjadi prioritas nasional. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia telah mengidentifikasi potensi besar sektor ekonomi kreatif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja.

Sebagai negara dengan kekayaan budaya yang besar dan keragaman alam yang kaya, Indonesia memiliki banyak aset yang dapat dijadikan sebagai bahan dasar bagi pengembangan ekonomi kreatif. Dari industri batik dan tenun tradisional yang terkenal hingga seni dan musik tradisional yang kaya, Indonesia memiliki warisan budaya yang kaya dan unik. Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan internet juga telah membuka peluang baru dalam pengembangan ekonomi kreatif. Saat ini, individu dan

kelompok kreatif dapat mengakses pasar global dengan lebih mudah dan menjual produk dan layanan mereka secara online.

Pengembangan ekonomi kreatif tersebut didasarkan pada pengembangan akan potensi sumberdaya 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.

Ekonomi Kreatif Bandung Barat merupakan lembaga yang dibentuk untuk mendorong kolaborasi pemangku kepentingan ekonomi kreatif dalam melahirkan kreatifitas dan inovasi yang memberikan nilai tambah dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kabupaten Bandung Barat.

Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi industri kreatif yang cukup besar akan tetapi belum tergarap secara maksimal. Diharapkan dapat mendorong berkembangnya ekosistem ekonomi kreatif melalui tumbuhnya industri kreatif.

Kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat sudah dimulai dari tahun 2017 melalui keberadaan Seksi Ekonomi Kreatif. Kemudian pada tahun 2021, seiring dengan perkembangan regulasi baik di tingkat pusat maupun daerah. Ditetapkan Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melalui Peraturan Bupati Bandung Barat Nomor 53 Tahun 2021 tentang Tugas, Fungsi Dan Rincian Tugas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan.

Sampai dengan akhir tahun 2023, berbagai program, kegiatan dan sub kegiatan terkait pengembangan ekonomi kreatif sudah terlaksana. Beberapa kegiatan yang dilaksanakan terkait pengembangan sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif melalui Pelatihan Desain Kemasan, Pengembangan Desa Kreatif, Pekan Kreatif Bandung Barat 2023, Lomba Video Explore Bandung Barat 2023, Gelar Produk Kreatif/Festival Ramadan dan Fashion Show pada Karya Kreatif Jawa Barat 2023.

Pengembangan ekonomi kreatif lainnya yang dilaksanakan yaitu Pasanggiri Mojang Jajaka, Fasilitasi Rekomendasi Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual. Merek melalui Klinik HKI, Kajian Rancangan Peraturan Daerah Pengembangan Ekonomi Kreatif, Kajian Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif, Usaha Dukungan Keuangan (Udunan) dan Perencanaan Teknis Creative Space. Selain itu juga dilakukan pelaksanaan pendataan, pemutakhiran data dan pemetaan potensi ekonomi kreatif.

Jumlah pelaku ekonomi kreatif Kabupaten Bandung Barat berdasarkan hasil pendataan, pemutakhiran data dan pemetaan potensi ekonomi kreatif pada Tahun 2023 adalah sebanyak 1.618 (seribu enam ratus delapan belas) orang yang tersebar pada 17 (tujuh belas) sektor unggulan di Kabupaten Bandung Barat, yakni kuliner, fashion, kriya, Televisi & Radio, Penerbitan, Arsitektur, Periklanan, Musik, Fotografi, Seni Pertunjukan, Desain Produk, Seni Rupa, Desain Interior-Film, Animasi-Video, DKV, Aplikasi, dan Game. Namun, potensinya cukup besar khususnya tiga sub sektor seperti kuliner, fashion, dan kriya. Keberadaan ekonomi kreatif sebagai sebuah penyokong perekonomian masyarakat.

Secara yuridis, Ekonomi kreatif sendiri merupakan salah satu sub-urusan pemerintahan bidang pariwisata yang menjadi urusan

Pemerintahan Pilihan sebagaimana tercantum dalam Pasal 12 ayat (3) huruf b dan Lampiran Z Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Dalam Lampiran tersebut dijelaskan bahwa Daerah Kota/kabupaten memiliki kewenangan dalam pengembangan ekonomi kreatif dalam bentuk penyediaan prasarana sebagai ruang berekspresi, berpromosi dan berinteraksi bagi insan kreatif serta melaksanakan peningkatan kapasitas sumber daya manusia ekonomi kreatif tingkat dasar.

Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, di mana Pemerintah Daerah Kabupaten diberikan tanggungjawab untuk mengembangkan kapasitas pelaku ekonomi kreatif, mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif, dan melakukan pengintegrasian rencana induk ekonomi kreatif dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah. Ditambah adanya Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 yang memberikan kewajiban bagi pemerintah daerah kabupaten/kota dalam pengembangan ekonomi kreatif.

Sehubungan dengan hal-hal tersebut, Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat perlu membentuk Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, yang bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif serta pengembangan sumber daya ekonomi kreatif di daerah sehingga dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian daerah dan meningkatkan daya saing daerah guna tercapainya tujuan pembangunan daerah yang berkelanjutan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut di atas, adapun Identifikasi Masalah yang akan dibahas dalam Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat urgensi pengaturan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat, sehingga perlu menempuh kebijakan dengan menyusun Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif?
2. Apa yang menjadi pertimbangan atau landasan filosofis, landasan sosiologis, dan landasan yuridis dalam proses penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif?
3. Apa sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan, dan arah pengaturan yang dituangkan ke dalam bentuk Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan

Sesuai dengan ruang lingkup identifikasi masalah yang dikemukakan tersebut di atas, adapun tujuan penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, antara lain sebagai berikut:

- a. Merumuskan permasalahan hukum mengenai urgensi pengaturan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat sehingga perlu menempuh kebijakan dengan mengajukan usulan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- b. Merumuskan pertimbangan atau landasan filosofis, landasan sosiologis, dan landasan yuridis dalam proses penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- c. Merumuskan sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan, dan arah pengaturan yang dituangkan ke dalam substansi atau materi muatan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

2. Kegunaan

Adapun kegunaan dari kegiatan penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, yakni memberikan pandangan akademisi dan memberikan batasan normatif untuk dijadikan sebagai pedoman/acuan/referensi bagi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bandung Barat bersama-sama dengan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dalam proses perumusan dan pembahasan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, untuk ditetapkan menjadi bagian dari produk hukum daerah Kabupaten Bandung Barat

yang secara khusus mengatur mengenai pengembangan ekonomi kreatif di wilayah Kabupaten Bandung Barat.

D. Metode Penelitian

Penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, dilakukan dengan menggunakan Metode Yuridis Normatif¹ yang dilakukan dengan cara mengkaji berbagai peraturan perundang-undangan yang terkait di bidang pemerintahan daerah, pembentukan peraturan perundang-undangan, khususnya peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, maupun beberapa produk hukum daerah Kabupaten Bandung Barat yang telah ada (masih berlaku) yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, guna memperoleh gambaran normatif mengenai pengaturan pengembangan ekonomi kreatif, dimana studi ini kemudian dilengkapi dengan kajian teoritis yang dipadukan dengan pendekatan analisis berkaitan dengan substansi atau materi muatan yang akan dituangkan ke dalam Draft Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

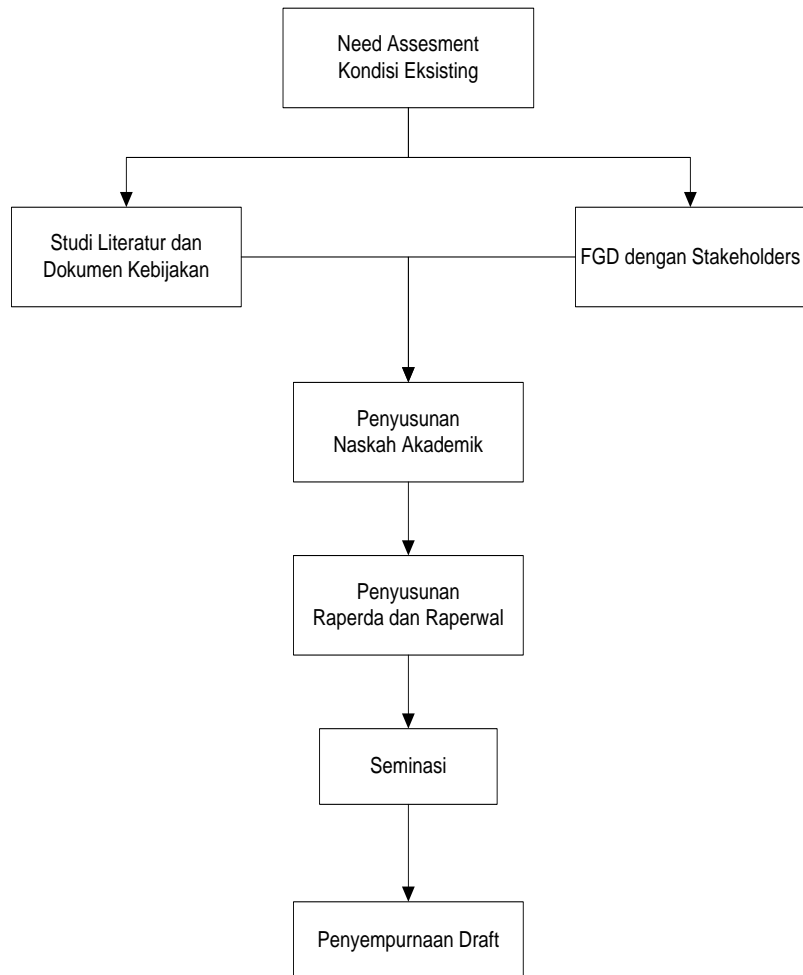
Selain melakukan pengumpulan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan dan kepustakaan, bahwa kegiatan penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, dilakukan melalui mekanisme *Focus Group Discussion (FGD)* dengan mengundang para pemangku kepentingan di lingkungan

¹ Penelitian Hukum Normatif merupakan penelitian kepustakaan, yaitu penelitian terhadap data sekunder. Lihat Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Balai Aksara, Jakarta, 1990, hlm. 11.

Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dan para pihak yang terkait (*stakeholders*) lainnya. FGD itu sendiri diselenggarakan untuk mendengar aspirasi dari berbagai pihak yang terkait (*stakeholders*), sehingga dapat diperoleh gambaran dan informasi obyektif mengenai kondisi *eksisting* pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat dan kebijakan yang harus dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Data dan informasi yang diperoleh tersebut dari seluruh teknik pengumpulan data, kemudian diolah dan dianalisis melalui metode *delphi* dengan para ahli hukum untuk kepentingan dalam proses penyusunan (*legal drafting*) Draft Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Secara sederhana, rangkaian kegiatan penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, adalah sebagai berikut:

Alur Kegiatan



BAB II

KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS RANCANGAN PERATURAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT TENTANG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

A. Tinjauan Umum Tentang Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Pengertian kreatif menurut *National Advisory Committee on Creative and Cultural Education (NACCE)* atau Komite Nasional Penasehat Bidang Kreativitas dan Pendidikan Budaya Inggris menyebutkan kreativitas sebagai bentuk aktivitas imajinatif yang mampu menghasilkan sesuatu yang bersifat asli (*original*).

Dalam konteks bisnis, Drucker, berpendapat bahwa kreativitas dan inovasi terpenting muncul ketika berbasis pada pengetahuan (*knowledge based creativity*). Kreativitas semacam ini berbeda dari kreativitas lainnya. Jika suatu pengetahuan yang baru berhasil ditemukan, penemuan itu tidak otomatis bisa menghasilkan suatu teknologi yang siap pakai. Proses menciptakan teknologi yang praktis dari pengetahuan murni membutuhkan waktu yang lama. Bahkan, setelah teknologi praktis sudah ditemukan, proses pemasarannya, sehingga bisa dirasakan masyarakat luas, pun membutuhkan waktu lagi. Peran teknologi pemasaran dan respons pemerintah turut mempengaruhi sebaran dari karya tersebut.

Ekonomi kreatif berasal dari dua kata yaitu ekonomi dan kreatif. Istilah ekonomi berasal dari bahasa Yunani *koikonomia*. Kata tersebut merupakan turunan dari dua kata *oikos* dan *nomos*. *Oikos* berarti rumah tangga, sedangkan

nomos berarti mengatur. Jadi arti asli dari oikonomia adalah mengatur rumah tangga. Kemudian arti asli tersebut berkembang menjadi arti baru, sejalan dengan perkembangan ekonomi menjadi suatu ilmu. Kini sebagai ilmu, ekonomi berarti pengetahuan yang tersusun menurut cara yang runtut dalam rangka mengatur rumah tangga. Rumah tangga disini bukan arti yang sempit, melainkan menunjukkan pada kelompok sosial yang dianggap sebagai rumah tangga. Kelompok sosial ini berwujud perusahaan, kota, bahkan negara².

Ekonomi kreatif merupakan rangkaian kegiatan perekonomian yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Berbeda dengan karakteristik industri pada umumnya, ekonomi kreatif termasuk dalam kategori kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses perwujudan suatu ide atau gagasan menjadi suatu kekayaan intelektual (*intellectual property*) yang mempunyai nilai ekonomi tinggi bagi kesejahteraan dan lapangan pekerjaan masyarakat serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ekonomi kreatif merupakan suatu system produksi, pertukaran dan penggunaan atas produk kreatif.

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 mengenai ekonomi kreatif. Didalam Undang-Undang tersebut yang

² M.T Ritonga, *Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Jakarta :Erlangga, 2000), Hlm. 36

dimaksud ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.

Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklarifikasi ulang subsektor industri kreatif 16 subsektor. Definisi ke-17 subsektor industri kreatif tersebut mengacu pada publikasi “Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025, Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019, terdapat 16 subsektor yaitu:

- a. Film, Animasi dan Video
- b. Aplikasi dan Game
- c. Musik
- d. Arsitektur
- e. Desain Komunikasi Visual
- f. Fashion
- g. Kriya
- h. Kuliner
- i. Desain Interior
- j. Desain Produk
- k. Fotografi
- l. Periklanan
- m. Penerbitan
- n. Seni Pertunjukan
- o. Seni Rupa

p. Televisi dan Radio

Sedangkan menurut OPUS Ekonomi Kreatif 2020, subsektor ekonomi kreatif berubah menjadi 17 subsektor. Adapun 17 subsektor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pengembang Permainan
- b. Arsitektur
- c. Desain Interior
- d. Musik
- e. Seni Rupa
- f. Desain Produk
- g. Fashion
- h. Kuliner
- i. Film, Animasi, dan Video
- j. Fotografi
- k. Desain Komunikasi Visual
- l. Televisi dan Radio
- m. Kriya
- n. Periklanan
- o. Seni Pertunjukan
- p. Penerbitan
- q. Aplikasi

Ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui sebuah kreatifitas, yang dimana pembangunan 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 maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara-negara berkembang. Pesan yang besar ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan bahkan tak terbatas yaitu ide, talenta dan kreativitas.³

Ekonomi kreatif secara konsep ekonomi kreatif diperkenalkan oleh *John Howkins* pada tahun 2001 yang dalam bukunya berjudul *creative economy, how people make money from ideas*. *John Howkins* mendefinisikan ekonomi kreatif merupakan sebagai kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan pada masa depan. Alam proses nilai penciptaan nilai tambah berdasarkan kreativitas, budaya, dan lingkungan yang dimana memberikan nilai tambah pada suatu perekonomian. Yang intinya produktivitas yang bersumber dari orang-orang kreatif dengan menganalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang dimilikinya.⁴ Jadi Ekonomi kreatif pada hakikatnya merupakan kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial.

Dalam konteks ekonomi, kreativitas menunjukkan suatu formulasi ide-ide baru dengan menerapkannya ide-ide baru tersebut untuk menghasilkan pekerjaan-pekerjaan yang

³ Mari Elka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025* (Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008), Hlm. 1

⁴ Ari Muliarta Ginting, Edmira Rivani, Dkk. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*, 1 Ed. (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia 2017), Hlm. 10

berasal dari produk-produk seni dan budaya, kreasi-kreasi yang berfungsi, penemuan ilmu pengetahuan, dan penerapan teknologi.⁵

Ekonomi kreatif terlahir dari kreativitas para masyarakat, yang dimana mampu membangun ketrampilan sebagai modal utama dalam menciptakan barang dan jasa agar memiliki nilai ekonomi. Ketrampilan masyarakat didukung dengan karakteristik budaya, sumber daya alam, bahkan geografis sebagai ciri khas dari tempat tinggal masyarakat tersebut.⁶

Kementrian Perdagangan mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai era baru yang mengintensikan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumberdaya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.⁷

Moelyono juga menambahkan bahwa ekonomi kreatif sebagai ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya, warisan budaya dan lingkungan sebagai tumpuan pada masa depan.⁸

Industri ekonomi kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Indonesia menyadari bahwa ekonomi kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreatifitas sebagai kekayaan intelektual, adalah harapan bagi ekonomi untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam

⁵ Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), Hlm. 35

⁶ Afni Regita Cahyani Muis, *Ekonomi Kreatif Indonesia Dalam Dinamika Perdagangan Internasional* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), Hlm. 2

⁷ M. Chatib Basri, Dkk, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membawa Kebijakan Perdagangan Indonesia*, Cetakan Pertama (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2012), Hlm 368

⁸ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), Hlm. 218.

ekonomi global. Ada beberapa definisi dan batasan industri kreatif menurut para ahli.

Menurut Departemen Perdagangan RI, “Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”⁹

Menurut UK DCMS taks force, “Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari kreativitas individu, keterampilan, dan bakat yang secara potensial menciptakan kekayaan, dan lapangan pekerjaan melalui eksploitasi dan pembangkitan kekayaan intelektual daya cipta individu”.¹⁰

Dari 2 definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif dan industri kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang sama-sama mencakup industri dengan kreativitas sumberdaya manusia sebagai aset utama dalam produksi serta sebagai penentu pembangunan ekonomi yang berdaya saing melalui pengelolaan ide-ide kreatif yang bertujuan untuk menghasilkan sebuah produk kreatifitas yang bernilai ekonomi.

2. Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif memiliki enam ciri utama yaitu:

- a. Adanya kreasi intelektual

⁹ Mari Elka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Hlm 5

¹⁰ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan*, Hlm.218.

Ekonomi kreatif menekankan pada pentingnya kreativitas. Maka dari itu kreativitas dan juga keahlian dalam suatu sektor sangatlah dibutuhkan dan itu menjadi salah satu ciri utama dari ekonomi kreatif.

b. Mudah diganti

Kreasi dan inovasi harus dikembangkan sesuai dengan bagaimana perkembangan aktivitas ekonomi. Sehingga bertujuan agar bisa diterima oleh konsumen dan bermanfaat bagi para konsumen.

c. Distribusi secara langsung dan tidak langsung.

Dengan adanya distribusi langsung dan tidak langsung itu berdasarkan pada kebijakan perusahaan dan kebutuhan para konsumen.

d. Membutuhkan kerja sama

Dalam industri kreatif, kerja sama sangatlah penting. Misalnya antara pihak pengusaha dengan pemerintah yang mengatur sebuah kebijakannya.

e. Berbasis pada ide

Yang artinya ide merupakan hal yang utama dan harus dipersiapkan dalam ekonomi kreatif. Ide sangatlah penting dalam mengembangkan industri kreatif dan akan selalu berkaitan dengan inovasi dan kreatifitas.

f. Tidak Memiliki Batasan

Maksud dari tidak memiliki batasan ini adalah tidak ada batasan dalam penciptaan sebuah produk. Yang artinya inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk akan

selalu terjadi dan hal ini tidak memiliki batasan yang pasti.

Selain itu, ada 3 faktor pendorong dalam konsep ekonomi kreatif:

a. Kemudahan akses informasi dan komunikasi

Akses informasi dan komunikasi sangatlah berperan penting. Akses informasi dan komunikasi juga akan mempermudah pengusaha dalam mencari sebuah pengetahuan terkait inovasinya.

b. Kemajuan teknologi

Teknologi yang digunakan dalam pengembangan ide juga haruslah sepadan. Artinya agar inovasi ide bisa terlaksana dengan baik, dibutuhkan teknologi yang sesuai.

c. Keahlian tenaga kerja

Tenaga kerja juga menjadi salah satu faktor pendorong. Keahlian tenaga kerja yang sesuai bisa mempermudah proses realisasi inovasi di industri kreatif.

3. Tujuan Ekonomi Kreatif

Keberhasilan eksploitasi ide kreatif tersebut yang menghasilkan daya jual akan diperoleh kemampuan untuk meningkatkan perekonomian baik secara skala kecil (perorangan maupun kelompok) hingga skala besar (wilayah atau bahkan suatu negara).

Dengan konsep ekonomi kreatif yang merupakan sebuah konsep yang masih tergolong baru maka secara umum tujuan utama dari ekonomi kreatif adalah:¹¹

- a. Peningkatan kontribusi terhadap produk Domestik Bruto
- b. Meningkatkan nilai ekspor
- c. Menambah penyerapan tenaga kerja yang didukung dengan terbukanya lapangan pekerjaan baru
- d. Bertambahnya jumlah perusahaan yang kompetitif terutama di bidang ekonomi kreatif
- e. Penggunaan sumber daya alam yang lebih terarah dengan tujuan untuk pemanfaatan generasi selanjutnya
- f. Penciptaan dari nilai ekonomi yang bersumber dari ide-ide dan inovasi dengan memanfaatkan kearifan dan budaya lokal
- g. Memaksimalkan area pergerakan ekonomi keseluruhan bagian (pelosok)
- h. Memberikan dan memperkuat branding terhadap produk lokal ataupun warisan suatu generasi.

4. Indikator Ekonomi Kreatif

Indikator keberlangsungan ekonomi kreatif pada industri kreatif menurut adalah sebagai berikut:

- a. Produksi

Dalam teori konvensional, menurut Adiwarmanto disebutkan bahwa teori produksi ditujukan untuk

¹¹ Tiara Evarista, *Tujuan Dan 7 (Tujuh) Pengertian Ekonomi Kreatif Menurut Para Ahli*, Jurnal Ilmu Ekonomi Volume 1. Jakarta. Tahun 2020

memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan (input) untuk produksi dan menjual keluaran atau produk. Lebih lanjut ia menyebutkan teori produksi juga memberikan penjelasan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya.

Tri Pracoyo dan Antyo Pracoyo mendefinisikan bahwa produksi sebagai suatu proses mengubah kombinasi berbagai input menjadi output. Pengertian produksi tidak hanya terbatas sebagai proses pembuatan saja tetapi hingga pemasarannya.

b. Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para ekonom mendeskripsikan pasar sebagai sekumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atas kelas produk tertentu. Menurut Djasalim S. bahwa pasar adalah pelanggan potensial dengan kebutuhan dan keinginan tertentu yang bersedia dan mampu mengambil bagian dalam jual beli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Selanjutnya dalam pengertian pemasaran Djasalim S. mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, medistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Selain itu, menurut Kotler dan Armstrong memberikan definisi

pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses yang menciptakan komunikasi penyampaian pada pelanggan dan untuk mengelola kereliasan pelanggan untuk mencapai benefit bagi organisasi (*stakeholder*).

c. Manajemen dan Keuangan

Mary Parker Follet mendefinisikan dari manajemen adalah sebagai suatu seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Stoner mengemukakan bahwa manajemen merupakan suatu definisi yang lebih kompleks dari suatu seni, bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

d. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Sebagai sebuah kesatuan politik, atau aparat / alat negara yang memiliki badan yang mampu memfungsikan dan

menggunakan otoritas / kekuasaan. Dengan ini, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu.

Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Hal ini disebabkan karena pengembangan industri kreatif bukan hanya pembangunan industri, tetapi juga meliputi pengembangan ideologi, politik, sosial dan budaya.

e. Kondisi Ekonomi

Pembangunan ekonomi daerah pada masa akan datang harus berbeda dari wujud perekonomian yang akan datang hendaknya dibangun lebih adil dan merata, mencerminkan peningkatan peran daerah dan pemberdayaan seluruh rakyat, berdaya saing dengan basis efisiensi, serta menjamin keberlanjutan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan hidup. Jika demikian halnya menurut Syamsul Bahri, diperlukan beberapa ketentuan sebagai dasar berpijak dan landasan bagi kerangka pembangunan ekonomi daerah, yaitu :

- 1) Dilaksanakan berdasarkan sistem ekonomi kerakyatan untuk mencapai kesejahteraan rakyat yang meningkat, merata dan berkeadilan.
- 2) Berlandaskan pengembangan otonomi daerah dan peran serta aktif masyarakat secara nyata dan konsisten.

- 3) Menerapkan prinsip efisiensi yang didukung oleh peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan teknologi untuk memperkuat landasan pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan daya saing.
- 4) Berorientasi pada perkembangan globalisasi ekonomi internasional dengan tetap mengutamakan kepentingan ekonomi daerah.
- 5) Dalam skala makro, perekonomian daerah dikelola secara hati-hati, disiplin, dan bertanggung jawab dalam rangka menghadapi ketidakpastian yang meningkat akibat proses globalisasi.
- 6) Berlandaskan kebijakan yang disusun secara transparan dan bertanggung gugat baik dalam pengelolaan publik, pemerintahan maupun masyarakat. Dalam kaitan itu pemerintah daerah perlu bersikap tidak memihak serta menjaga jarak dengan perusahaan-perusahaan dan asosiasi-asosiasi.

f. Lingkungan

Perusahaan bukan hanya sebagai organisasi bisnis, melainkan juga berfungsi sebagai organisasi sosial. Perusahaan yang hanya berorientasi bisnis (mencari laba-profit) akan menghadapi tantangan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Perusahaan didirikan dengan harapan untuk dapat bertumbuh secara berkelanjutan (*sustainable growth*). Agar terus bertumbuh, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk hidup. Kemampuan ini dapat dilihat

dari kemampuan sosial perusahaan, seperti kemampuan perusahaan untuk mengendalikan dampak lingkungan menggunakan tenaga kerja dan lingkungan di sekitar lokasi pabrik, aktif melakukan kegiatan sosial, memberikan perhatian pada peningkatan kepuasan konsumen, dan memberikan pertumbuhan laba yang layak bagi investor.

g. Kemitraan Usaha

Pengertian kemitraan menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, dikatakan sebagai kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan menguntungkan, ini merupakan suatu landasan pengembangan usaha. Kemitraan juga bisa didefinisikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.

5. Dampak Ekonomi Kreatif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dampak secara umum adalah suatu pengaruh kuat yang menimbulkan suatu akibat baik itu secara positif ataupun secara negatif. Jadi dapat dikatakan bahwa dampak pada konteks ekonomi kreatif ini merupakan dampak yang diakibatkan oleh adanya ekonomi kreatif baik itu dari sudut pandang positif atau negatif. Menurut Alfian dampak industri kreatif atau

industrialisasi yang terjadi dalam masyarakat dapat dilihat atau ditinjau dari:¹²

- a. Dilihat dari sudut ekonomi, keberhasilan kegiatan industri akan menghasilkan perubahan yang berarti dalam struktur perekonomian masyarakat.
- b. Dilihat dari bidang sosial, diprediksi industri akan menghasilkan perubahan struktur sosial dimana sebagian besar di masyarakat akan menggantungkan mata pencahariannya pada sektor industri.
- c. Dilihat dari segi budaya, industri akan menghasilkan perubahan nilai-nilai dan pola gaya hidup (*life style pattern*) masyarakat.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat dari beberapa dampak positif yang terjadi seperti:

- a. Meningkatkannya Produk Domestik Bruto (PDB)
- b. Penyerapan tenaga kerja
- c. Peningkatan produksi
- d. Peningkatan pendapatan masyarakat

Dan dari penjelasan diatas juga memungkinkan muncul dampak negatif yang terjadi seperti Pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh industri.

6. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Hampir bisa dipastikan bahwa setiap subsektor dalam ekonomi kreatif akan mengalami permasalahan yang berbeda

¹² Imam Nawawi Dkk. *Pengaruh Keberadaan Industri Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Dan Budaya. Jurnal Sosietas*. Vol 5. No 2

sesuai dengan tingkat kemajuannya. Oleh sebab itu untuk kepentingan strategi pengembangan agar tepat sasaran perlu diketahui posisi masing-masing subsektor, apakah masih pada posisi tertinggal, potensial atau sudah unggulan. Secara umum terdapat enam aspek yang perlu mendapatkan perhatian untuk pengembangan ekonomi kreatif meliputi aspek bahan baku & penolong; aspek SDM; aspek permodalan; aspek teknologi; aspek pemasaran dan aspek regulasi & kelembagaan. Prioritas aspek manakah yang perlu diberikan perhatian tergantung pada strata subsektor industri yang bersangkutan dan permasalahan yang dihadapinya.

Secara umum tiap posisi tersebut akan membutuhkan strategi pengembangan yang berbeda. Posisi tertinggal, subsektor pada posisi ini masih memiliki kelemahan dari aspek sumber seperti bahan baku, bahan penolong, tenaga kerja, dukungan dari pemerintah, manajemen usaha, teknologi, ketersediaan sarana dan prasarana maupun aspek pasar seperti pemasaran, keterkaitan dengan usaha lain, kemampuan mengangkat kebanggaan daerah serta dukungan masyarakat. Oleh karena itu pembinaan lebih diarahkan pada kegiatan pelatihan agar mampu menjalin kerjasama dengan pemasok, sesama pengusaha dan jasa pendukung, meningkatkan kemampuan produksi, memperoleh dukungan skema kredit lunak dan kemampuan memasarkan produk.

Posisi potensial pasar, subsektor pada posisi ini memiliki kelemahan pada aspek sumber namun memiliki kekuatan di aspek pasar maka pembinaan lebih diarahkan pada kegiatan pelatihan agar mampu menjalin kerjasama dengan pemasok, sesama pengusaha dan jasa pendukung, meningkatkan kemampuan produksi, untuk menghasilkan produk/jasa yang

tepat mutu, mencari bahan baku dan bahan penolong alternatif dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan manajerial

Posisi potensial sumber, subsektor pada posisi ini memiliki kekuatan aspek sumber namun memiliki kelemahan pada pasar maka pembinaan lebih diarahkan pada kegiatan pelatihan agar mampu menjalin kerjasama dengan buyer dengan menghasilkan produk/jasa yang tepat mutu, tetap waktu dan tepat pengiriman; menjalin kerjasama sesama produsen untuk kegiatan pemasaran bersama, dan memberikan pelatihan agar pengusaha mampu memluas jaringan pemasaran

Posisi Unggulan, program pembinaan lebih diarahkan agar para pengusaha mampu menjaga relasi dengan pihak pemasok dan buyer dan menciptakan atau menjaga agar iklim usaha tetap kondusif pada industri tersebut.

Adanya keterbatasan sumberdaya ekonomi yang dimiliki dalam melakukan strategi pengembangan, maka tidak dimungkinkan memberikan perhatian pengembangan kepada semua subsektor dalam waktu yang bersamaan sehingga dibutuhkan skala prioritas strategi pengembangan. Untuk kepentingan tersebut maka strategi pengembangan yang disusun adalah strategi pengembangan untuk produk-produk unggulan. Strategi pengembangan untuk produk unggulan ini diharapkan memunculkan langkah strategis yang ditempuh oleh ekonomi kreatif di Kota Salatiga secara berjenjang dan multisektoral karena strategi ini memberi tekanan pada banyak faktor baik yang berhubungan dengan aspek sumber

atau kegiatan produksi maupun kegiatan pemasaran. Proses strategi pengembangan dapat dirunut dalam tiga tahapan.

Gambar 6.1 Proses Pengembangan Ekonomi Kreatif



Tiga tahapan dalam strategi pengembangan dimulai dengan:

- a. penentuan posisi subsektor

apakah subsektor termasuk dalam posisi tertinggal, potensial pasar, potensial sumber ataukah produk unggulan.

- b. mengidentifikasi dan memetakan permasalahan yang terjadi pada posisi unggulan

Identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh subsektor unggulan merupakan basis dalam menentukan strategi pengembangan produk unggulan. Mempertimbangkan skala prioritas pengembangan, maka identifikasi permasalahan difokuskan pada masalah yang dihadapi oleh produk unggulan. Berdasarkan pengelompokan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya yaitu bahan baku, kapasitas produksi, permodalan, pelatihan, pemasaran, sarana produksi serta SDM

- c. solusi dari permasalahan yang ada dalam bentuk strategi pengembangan.

Mencermati permasalahan yang terdapat dalam subsektor unggulan yang meliputi aspek bahan baku, kapasitas produksi, permodalan, sarana produksi, SDM dan pemasaran masyarakat maka strategi pengembangan diarahkan pada permasalahan yang terjadi. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan adalah:

- 1) Memfasilitasi kerjasama antara daerah yang merupakan penghasil utama bahan baku yang dibutuhkan oleh ekonomi kreatif di Kota Salatiga
- 2) Melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga penelitian untuk melakukan diversifikasi bahan baku yang dibutuhkan
- 3) Melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga penelitian untuk meningkatkan dan mengefisienkan proses produksi
- 4) Menyelenggarakan temu insan kreatif sebagai ajang untuk saling membagi pengalaman dan pengetahuan
- 5) Mendorong pihak lembaga keuangan memberi pinjaman lunak sebagai modal dengan bunga rendah
- 6) Memberikan skema khusus bantuan-bantuan modal pemerintah kepada ekonomi kreatif
- 7) Memfasilitasi tambahan pengadaan sarana dan prasarana produksi yang dapat dipakai dengan sistem komunal.

- 8) Memfasilitasi kerjasama antara ekonomi kreatif dengan lembaga pelatihan dalam hal rekrutmen tenaga kerja yang terampil
- 9) Bekerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan untuk menghasilkan tenaga kerja terampil yang siap kerja
- 10) Mendirikan showroom bersama bagi pengusaha-pengusaha yang tergabung dalam ekonomi kreatif sebagai showroom bersama
- 11) Mendukung pemasaran produk-produk dari ekonomi kreatif, baik melalui pameran dan misi-misi dagang
- 12) Memasyarakatkan produk dari ekonomi kreatif di kalangan masyarakat

B. Tinjauan Umum Tentang Industri Kreatif

1. Pengertian Industri Kreatif

Berdasar Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif 2015-2019, menerangkan bahwa industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif didefinisikan pula sebagai siklus kreasi, produksi, dan distribusi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama (*United Nations Conference on Trade and Development-United Nations Development Programme, 2008*). Menurut *United*

Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), industri kreatif merupakan industri yang mengkombinasikan kreativitas, ketrampilan, dan kecakapan untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja.

Industri kreatif adalah industri yang menghasilkan output dari pemanfaatan kreativitas, keahlian dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan pekerjaan dan peningkatan kualitas hidup (Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025). Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturance environment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*). Ekonomi kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Oleh karena itu, ekonomi kreatif selain dapat meningkatkan daya saing, juga dapat meningkatkan kualitas hidup Bangsa Indonesia.

Industri kreatif merupakan bagian atau subsistem dari Ekonomi Kreatif, yang terdiri dari *core creative industry*, *forward* dan *backward linkage creative industry*. *Core creative industry* adalah industri kreatif yang penciptaan nilai tambah utamanya adalah pemanfaatan kreativitas orang kreatif. Dalam proses penciptaan nilai tambah tersebut, *core creative industry* membutuhkan *output* dari industri lainnya sebagai *input*. Industri yang menjadi *input* bagi *core creative industry* disebut sebagai *backward linkage creative industry*. *Output* dari *core creative industry* juga dapat menjadi input bagi industri

lainnya, yang disebut sebagai *forward linkage creative industry*. Dengan melihat keterkaitan antar kelompok industri sebagai *core creative industry*, *backward* dan *forward linkage industry*, maka dapat disimpulkan bahwa antara kelompok industri kreatif saling beririsan walaupun setiap kelompok industri memiliki karakteristik industri yang berbeda. Industri kreatif merupakan penggerak penciptaan nilai ekonomi pada era ekonomi kreatif. Dalam proses penciptaan nilai kreatif, industri kreatif tidak hanya menciptakan transaksi ekonomi, tetapi juga transaksi sosial dan budaya. Proses umum yang terjadi dalam rantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi komersialisasi, namun setiap kelompok industri kreatif memiliki rantai nilai kreatif yang berbeda. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang menghasilkan output dari pemanfaatan kreativitas, keahlian dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan pekerjaan dan peningkatan kualitas hidup.

Setelah era 1990-an, industri kreatif berkembang pesat dan menjadi bagian penting dari ekonomi modern berbasis pengetahuan. Sejumlah besar laporan tentang industri kreatif yang dirilis di dunia menunjukkan bahwa industri kreatif sangat penting bagi perkembangan ekonomi. Industri kreatif juga dapat sepenuhnya memanfaatkan karakter budaya sehingga mampu sekaligus mengembangkan keragaman budaya terutama di beberapa negara berkembang yang memiliki modal minim dalam upaya melindungi tempat-tempat bersejarah. Dibandingkan dengan lahir serta perkembangan industri kreatif di negara-negara berkembang, industri kreatif di sebagian besar negara maju lahir dan telah dikembangkan

serta diarahkan sebagai strategi untuk memulihkan dan mengembangkan ekonomi sosial pasca resesi. Sedangkan bagi negara-negara berkembang kesadaran akan pentingnya industri kreatif lebih banyak disebabkan oleh meningkatnya arus perdagangan internasional. Negara berkembang kemudian belajar dari pengalaman negara-negara maju dalam upaya meningkatkan industri kreatif mereka.

Perlu dikemukakan bahwa suatu Produk ekonomi kreatif mendapat tempat perlindungan hukum dalam sistem hukum Hak Kekayaan Intelektual sebagai kekayaan Intelektual. Hal ini, disebabkan suatu produk ekonomi kreatif adalah merupakan suatu kekayaan intelektual yang diproduksi dan dimiliki oleh seorang pencipta dibidang seni, sastra dan ilmu pengetahuan atau seorang penemu dibidang teknologi (*inventor*). Dengan demikian suatu Produk ekonomi kreatif merupakan suatu kekayaan yang perlu diberi penghargaan sebagai suatu karya yang memiliki nilai ekonomi. Beberapa teori yang dapat digunakan sebagai pendapat pemahaman tentang kekayaan intelektual tentang kekayaan intelektual, adalah *Reward Theory*. Pendapat yang dikemukakan oleh teori ini, adalah bahwa suatu kekayaan intelektual, dihasilkan oleh seseorang, perlu diberikan penghargaan sebagai bentuk penghargaan atas upaya kreatifnya yang menghasilkan produk-produk kreatif atau karya-karya kreatif tersebut. Teori lainnya yang sejalan yaitu *Recovery Theory* yang mengartikan bahwa pelaku ekonomi kreatif atau seorang pencipta atau penemu (*inventor*), atau pedesain, atau pemilik merek dengan pengorbanan pemikiran, tenaga, dan waktu untuk menghasilkan produk-produk ekonomi kreatif berupa suatu kekayaan intelektual sewajarnya memperoleh kembali apa

yang telah dikorbankannya tersebut. Teori lain yang mendukung *Reward* dan *Recovery theory* yaitu *Incentive Theory*, teori tersebut mengaitkan antara karya-karya produk ekonomi kreatif yang perlu diberikan insentif berupa imbalan atas karya tersebut disebabkan pemanfaatan secara ekonomi sehingga kepadanya perlu diberikan apresiasi kepada karya intelektual tersebut pelaku ekonomi kreatif untuk berkarya lebih lanjut. Selanjutnya dari ketiga teori tersebut diatas tentang kekayaan intelektual didukung dengan *Risk Theory*, sebagaimana dikemukakan Robert M. Sherwood mengakui bahwa sebuah karya intelektual yang salah satunya adalah Hak Cipta merupakan suatu hasil karya yang mengandung risiko yang dapat memungkinkan adanya pihak lain menggunakan secara tidak sah suatu kekayaan intelektual tersebut¹³. Oleh karena itu sudah menjadi suatu kewajiban untuk memberikan perlindungan hukum agar karya intelektual tersebut dengan maksud tidak menimbulkan kerugian secara ekonomi bagi pemiliknya. Teori *risk* ini dapat dimaknai tidak saja penyediaan perangkat hukum untuk memberikan perlindungan kepada pelaku ekonomi kreatif, namun juga seluruh aspek yang terkait dengan perlindungan hukum menjadi bagian yang berkaitan satu sama lain.

Teori-teori yang telah dibahas terdahulu saling berkaitan dan mendukung dalam pengembangan dan pemberdayaan ekonomi kreatif, sekaligus memberikan penghargaan kepada pelaku ekonomi kreatif atas produk ekonomi kreatif yang dihasilkan untuk menciptakan iklim kondusif, agar supaya para pelaku ekonomi kreatif tetap kreatif dan terus berkarya.

¹³ Hamda Zoelva, Globalisasi Dan Politik Hukum HaKI, *Law Review*, Volume X No. 3 - Maret 2011, halaman 232

Tanpa adanya penghargaan terhadap pelaku ekonomi kreatif akan mematikan kreatifitas dan berkurangnya karya-karya kreatif. Dengan demikian, maka pemberian penghargaan tersebut akan merupakan sumbangan konkret bagi negara dalam pembangunan teknologi dan pembangunan ekonominya. Teori ini dinamakan Teori Kepentingan Makro.

2. Klasifikasi Industri Kreatif

Berdasar Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif 2015-2019, Industri kreatif dikelompokkan ke dalam kategori kategori yang memiliki kesamaan dari dua aspek utama yakni, substansi yang dominan dalam subsektor industri kreatif tersebut dan intensitas sumber daya yang dibutuhkan dalam subsektor industri kreatif tersebut. Hal itu dikarenakan, kedua aspek tersebut merupakan komponen utama yang menentukan perkembangan industri kreatif.

a. Substansi Dominan

Substansi dominan pada suatu subsektor industri kreatif, dapat dibedakan menjadi 4 (empat) aspek yang menjadi ciri-cirinya yaitu:

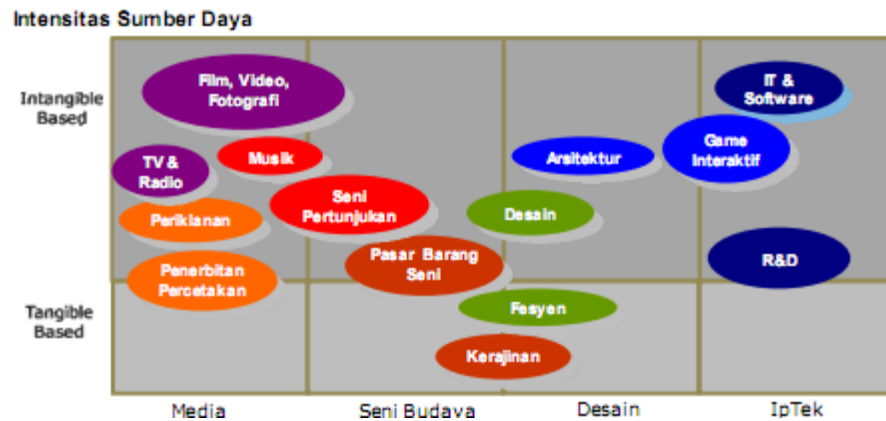
- 1) Media. Subsektor tersebut menghasilkan barang/jasa yang mengandalkan media yang digunakan untuk menampil kontennya untuk menghasilkan nilai tambah (*value-added*).
- 2) Seni dan Budaya. Subsektor tersebut menghasilkan barang/jasa yang mengandalkan kandungan seni dan budaya yang terdapat di dalamnya untuk menghasilkan nilai tambah (*value-added*).

- 3) Desain. Subsektor tersebut menghasilkan barang/jasa yang mengandalkan aspek perancangan/desain untuk menghasilkan nilai tambah (*value-added*).
- 4) Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Subsektor tersebut menghasilkan barang/jasa mengandalkan penggunaan teknologi berbasis pengetahuan (*knowledge*) sebagai sarana penciptaannya untuk menghasilkan nilai tambah (*value-added*).

b. Intensitas Sumber Daya

Proses perkembangan industri kreatif tak lepas dari peran kreatifitas sebagai sumber daya utama. Namun terdapat beberapa industri yang tak hanya membutuhkan kreativitas sebagai modal utama melainkan sumber daya alam baik untuk bahan mentah maupun bahan baku seperti halnya industri percetakan dan penerbitan. Industri yang membutuhkan sumber daya alam sebagai basis utamanya disebut sumber daya yang kasat mata (*tangible-based*) sedangkan bagi subsektor industri kreatif lainnya sangat minim dalam penggunaan sumber daya berwujud fisik seperti hanya permainan interaktif dan musik. Berdasar kedua dimensi (substansi dominan dan intensitas sumber daya), maka terdapat 14 subsektor pengembangan industri kreatif yang diantaranya: (1) kuliner, (2) arsitektur, (3) desain produk, (4) desain interior, (5) desain grafis, (6) film, animasi, dan video, (7) musik, (8) fashion, (9) seni pertunjukkan, (10) games dan aplikasi, (11) kriya, (12) radio dan tv, (13) seni rupa, (14) periklanan, (15) fotografi, dan (16) penerbitan (Rencana

Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif 2015-2019). Berikut merupakan Gambaran umum klasifikasi 14 subsektor industri kreatif.



Gambar 2.2 Klasifikasi 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia
Sumber: Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif 2015-2019

Berdasar klasifikasi matriks Klasifikasi 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia, terdapat 6 kelompok subsektor industri kreatif yang diantaranya:

- 1) Kelompok subsektor industri publikasi dan presentasi melalui media yaitu: penerbitan-percetakan dan subsektor periklanan.
- 2) Kelompok subsektor industri dengan kandungan budaya yang disampaikan melalui media elektronik yaitu: subsektor TV dan Radio dan subsektor video dan fotografi.
- 3) Kelompok subsektor industri dengan kandungan budaya yang ditampilkan ke publik baik secara langsung maupun melalui media elektronik yaitu: subsektor musik dan subsektor seni pertunjukkan.

- 4) Kelompok subsektor industri yang padat kandungan seni dan budaya yaitu: subsektor kerajinan dan subsektor pasar barang seni.
- 5) Kelompok subsektor industri design yaitu: subsektor desain, subsektor fesyen, dan subsektor arsitektur.
- 6) Kelompok subsektor industri kreatif dengan muatan teknologi yaitu: subsektor riset dan pengembangan, subsektor permainan interaktif dan subsektor teknologi informasi dan jasa perangkat lunak.

3. Industri Kreatif Subsektor Aplikasi

a. Definisi Industri Kreatif Subsektor Aplikasi

Industri kreatif subsektor aplikasi atau pula disebut bagian dari subsektor sistem informasi dapat diartikan sebagai suatu proses menghasilkan ide atau gagasan untuk menghasilkan suatu karya yang memiliki nilai tambah, yaitu teknologi sebagai teknik dalam mengumpulkan, memproses, menganalisis, dan/ atau menyebarkan informasi untuk memudahkan pengguna saling berinteraksi melalui jaringan komputer (Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif Tahun 2015 – 2019). Kata kunci dari definisi teknologi informasi tersebut adalah:

- 1) Proses merupakan serangkaian kegiatan atau urutan pelaksanaan yang saling terkait atau berinteraksi, yang mengubah input menjadi output;
- 2) Ide/gagasan adalah rancangan yang tersusun dipikiran yang kemudian dapat dituangkan dalam bentuk konsep;

- 3) Nilai tambah adalah pertambahan nilai suatu komoditas karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan, ataupun penyimpanan dalam suatu produksi;
- 4) Teknik adalah metode atau sistem dalam mengerjakan sesuatu yang berkaitan dengan proses teknologi informasi;
- 5) Interaksi adalah komunikasi antara orang yang satu dengan yang lain melalui aksi, hubungan, dan saling memengaruhi.

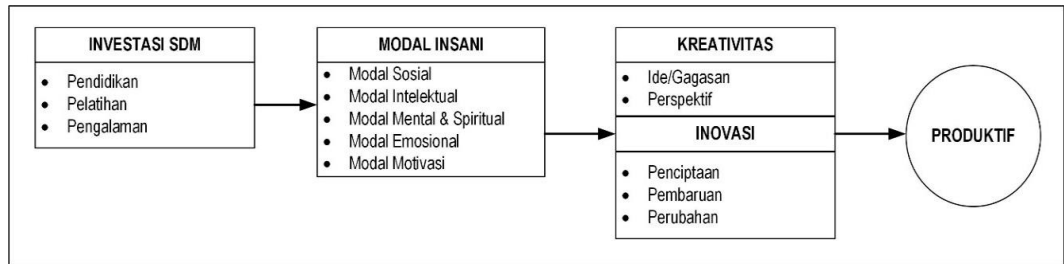
b. Dimensi

Berdasar Pemeringkatan Kota/Kabupaten Ekonomi Kreatif (Bekraf, 2016) terdapat beberapa dimensi pengembangan industri kreatif subsektor aplikasi antara lain:

1) Sumber Daya Manusia Kreatif

Berdasar Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif 2015–2019 mendefinisikan sumber daya kreatif, merupakan orang-orang berkualitas dan kreatif dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta memperkuat kelembagaan untuk menciptakan iklim usaha kondusif bagi pengembangan industri kreatif lokal. Sumber daya manusia yang kreatif yang ideal haruslah memiliki beberapa komponen penting yang diantaranya pendidikan, pelatihan, dan pengalaman. Ketiga komponen tersebut akan melahirkan modal insani yang lengkap yaitu berupa modal sosial, modal intelektual, modal mental dan spiritual, modal

emosional, dan modal motivasi. Kapasitas mental sebagai salah satu modal yang melahirkan kreativitas. Sedangkan kecakapan, keberanian, dan motivasi akan melahirkan keinovasian.



Investasi sumber daya manusia dalam bentuk pendidikan, pelatihan, dan pengalaman, dan praktik praktik kerja akan membentuk modal insani berupa ilmu pengetahuan, kecakapan, kepribadian, serta pola pikir kreatif dan perilaku inovatif. Sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif merupakan orang produktif dan orang yang produktif merupakan orang yang berkualitas. Berdasar paradigma produktifitas (P) sama dengan kualitas (Q), maka nilai tambah adalah kualitas, dan kualitas adalah keunggulan, dan keunggulan adalah daya saing. Maka dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif= menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda= sumber daya produktif= sumber daya manusia yang memiliki nilai tambah= sumber daya manusia unggul= sumber daya manusia yang berdaya saing (Suryana, 2012).

2) Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan suatu proses menambah nilai dari sebuah barang atau jasa bagi dari segi

ekonomis, fungsional, sosial, dan estetika (Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019). Nilai tambah berawal dari proses kreativitas dalam berpikir. Hasil dari kreativitas berfikir ditransformasikan ke dalam bentuk inovasi untuk menciptakan nilai pada setiap rantainya. Nilai tambah yang dihasilkan pada setiap rantai nilai dapat diukur baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Secara kuantitatif, nilai tambah dapat diukur dari selisih atau perbedaan. Sementara secara kualitatif, nilai tambah dapat diukur dengan menggunakan karakter nilai tambah yaitu pembaharuan, kegunaan, dan kemudahan untuk dipahami (Suryana, 2012).

Proses pembentukan nilai tambah dapat diimplementasikan pada setiap rantai nilai ekonomi kreatif. Berikut tahapan yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai tambah dan peluang yang diantaranya:

a) Model Penciptaan Nilai dengan Kreasi atau Gagasan

Terdapat beberapa macam dalam berkreasi dan menghasilkan gagasan untuk meningkatkan nilai tambah yang diantaranya:

- Kreasi atau gagasan untuk mengembangkan usaha dan peluang usaha baru, dengan cara menciptakan relung-relung usaha yang belum pernah digarap oleh orang lain atau menciptakan relung-

relung pasar dengan menciptakan kegunaan dan kemudahan produk;

- Kreasi atau gagasan untuk mengembangkan output baru yaitu dengan menciptakan karakter produk sehingga memunculkan kebaruan dari produk tersebut;
- Kreasi dan gagasan untuk mengembangkan dan mengkombinasikan input sehingga memunculkan bahan baku baru;
- Kreasi dan gagasan untuk mengembangkan sumber permodalan baru;
- Kreasi atau gagasan untuk mengembangkan teknologi atau metode atau cara baru;
- Kreasi dan gagasan untuk mengembangkan desain, ukuran, kualitas, kemasan, corak, kesitimewaan barang dan jasa serta pelayanan yang akan diberikan;
- Kreasi atau gagasan untuk mengembangkan dan memperluas saluran, lembaga distribusi, dan wilayah pemasaran baru;
- Kreasi atau gagasan untuk mencitrakan produk melalui proses perbaikan yang terus menerus

b) Model Penciptaan Nilai melalui Produksi

Hal yang dapat dilakukan dalam pengembangan produk dengan penekanan pada hal-hal berikut:

- Pengembangan produk yang berbasis pada budaya dengan kreasi baru yang beragam;
- Pengembangan desain produk yang dinamis
- Pengembangan standar produk yang sesuai dengan pangsa pasar;
- Pengembangan produk yang ramah pengguna;
- Pengembangan produk yang fleksibel dan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen dan perkembangan teknologi;
- Pengembangan standar kualitas produk

c) Model Penciptaan Nilai melalui Distribusi

Penciptaan nilai melalui distribusi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Pengembangan kerjasama dan kemitraan dengan pihak lain, baik pemerintah maupun swasta, baik dalam negeri maupun luar negeri sehingga dapat memperluas sumber permodalan, sumber keuangan, memperluas industri,

memperluas pasar, dan memperluas jaringan informasi;

- Pengembangan jejaring antar industri dengan cara aliansi, baik dalam penyediaan bahan baku, proses produksi, maupun dalam pemasaran hasil produk;
- Pengembangan wilayah pemasaran;
- Lebih aktif dalam mengembangkan penawaran produk;
- Penyediaan alat komunikasi yang sesuai;
- Pengembangan sentra industri.

d) Model Penciptaan Nilai melalui Pemasaran

Model penciptaan nilai melalui pemasaran dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Pengembangan informasi pasar melalui riset dan pemantauan kebutuhan konsumen;
- Pemantauan kekuatan dan kelemahan pasar;
- Pengembangan promosi dan pameran;
- Pengembangan teknik promosi melalui media elektronik secara masal oleh dinas terkait;

e) Model Penciptaan Nilai melalui Inovasi

Model penciptaan nilai melalui inovasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Dengan cara penemuan, yaitu mengkreasi suatu produk, jasa atau proses yang belum pernah dilakukan sebelumnya;
- Dengan cara pengembangan, yaitu dengan cara menirukan produk, jasa, atau proses yang sudah ada;
- Dengan cara duplikasi, yakni dengan cara penurunan produk, jasa, atau proses yang sudah ada;
- Dengan cara sistesis, yaitu dengan cara perpaduan konsep dan faktor faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru.

f) Model Penciptaan Nilai Tambah pada Pekerjaan
Model penciptaan nilai tambah pada pekerjaan merupakan gabungan nilai imajinasi, kreatifitas, empati, dan inovasi. Nilai tambah muncul karena adanya imajinasi yang berbarengan dengan kreativitas, gagasan, dan ditindaklanjuti dengan inovasi sebagai proses penciptaan kebaruan

3) Rantai Nilai

Rantai nilai industri kreatif adalah rantai proses penciptaan nilai yang pada umumnya terjadi pada industri kreatif (Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019). Rantai nilai yang menjadi pokok pengembangan industri kreatif memiliki urutan linier mulai dari tahapan kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi. Penciptaan

nilai pada industri kreatif mengutamakan desain dalam penciptaan produknya dengan volume



produksi terbatas, dan membutuhkan kreativitas individu sebagai input utama dalam proses penciptaan nilai.

Gambar 2.5 Rantai Nilai Genetik Industri Kreatif
Sumber: Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019

a) Kreasi/Originalitas

Kreasi adalah penciptaan dimana daya kreasi merupakan faktor suplay/input dalam industri kreasi dengan melibatkan segala hal yang berhubungan dengan cara cara mendapatkan input, menyimpannya, dan mengolahnya. Daya kreasi adalah kekuatan yang muncul dari dalam diri individu dan memiliki nilai yang tinggi dalam industri yang berbasiskan kreatifitas yang sedang berkembang. Terdapat beberapa faktor yang memperkuat daya kreasi yang diantaranya.

- Edukasi. Edukasi sangatlah berperan dalam memperkaya pemahaman filosofi dan sejarah seni dengan lebih baik dan menyeimbangkan pola pikir di kedua sisi otak.
- Inovasi. Inovasi yang baik dan berpotensi ekonomi merupakan salah satu faktor pengunci yang lahir dari penggabungan

dari kreasi yang bersifat maya (*intangible*) dan kreasi yang bersifat fisik (*tangible*).

- Ekspresi. Ekspresi merupakan salah satu unsur yang memperkuat daya kreativitas seseorang dengan penekanan penekanan pada objek tertentu melalui etika dan estetika dalam bidang sosial ekonomi sehingga teringat bagi masyarakat yang melihatnya.
- Kepercayaan diri. Kepercayaan diri merupakan faktor fundamental dalam berkreasi. Penanaman rasa percaya diri akan semakin mendorong individu dan perusahaan untuk berani tampil beda atau tampil dengan identitasnya sendiri.
- Pengalaman dan proyek. Pengalaman dan proyek merupakan unsur yang sangat penting yang memiliki peranan bagi penguatan daya kreasi pekerja kreatif itu sendiri.
- Proteksi. Kreasi yang telah diproteksi dengan HKI-nya akan dapat dieksploitasi potensi ekonominya tanpa takut ditiru oleh orang lain. Di samping itu pula diperlukan suatu apresiasi terhadap kreator seni sehingga struktur industri yang terkait didalamnya akan dapat lebih menghargai faktor kreasi tersebut.

- Agen talenta. Agen talenta berfungsi sebagai pemburu talenta baru dan mengelolanya dalam suatu wadah manajemen.

b) Produksi

Produksi merupakan segala aktifitas yang dibutuhkan dalam mentransformasikan input menjadi output, baik berupa produk maupun jasa. Berdasar Rencana Aksi Jangka Menengah Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019, faktor-faktor penting dalam sebuah produksi adalah:

- Teknologi. Teknologi dibedakan menjadi dua diantaranya:
 - (1) Teknologi inti. Teknologi yang berguna dalam melakukan eksperimen, penelitian, ujicoba dan untuk pembuatan purwarupa berupa fasilitas studio dan *workshop*;
 - (2) Teknologi lapisan kedua. Teknologi yang penegerjaannya bias dialihkan kepada pihak ketiga dengan berprinsip pada fleksibilitas
- Jaringan *outsourcing* jasa. Industri kreatif memiliki kemampuan memanfaatkan jaringan-jaringan talenta yang ada. Hal ini sangat mudah dilakukan karena input bagi yang ditawarkan jaringan tersebut adalah ide-idenya.

- Skema pembiayaan. Skema-skema pembiayaan alternatif diciptakan dalam menjawab permasalahan bagi pengaktualiasasian ide, gagasan, atau proyek kreatif yang bernilai ekonomis.

c) Distribusi

Distribusi adalah segala kegiatan dalam penyimpanan dan pendistribusian output (Suryana, 2012). Proses distribusi pada subsektor aplikasi merupakan kegiatan yang tidak dapat dilihat secara kasat mata (*intangible*). Dalam hal ini, kegiatan distribusi berkaitan dengan model bisnis yang dijalankan perusahaan dan model arus pemasukan perusahaan.

d) Komersialisasi

Komersialisasi adalah segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk dan layanan yang disediakan (Suryana, 2012).

- Pemasaran: pencitraan, *targeting*, *positioning*;
- Penjualan: *direct selling by designer/creator, by agent, by distributor, by licencor, by franchice*;
- Promosi: *expo*, pameran, pertunjukkan, eksplorasi media baru.

Proses komersilaisi memerlukan adanya pelayanan diperlukan untuk menjaga suatu barang atau layanan tetap berfungsi dengan baik sesuai dengan harapan konsumen setelah barang atau jasa itu dibeli oleh konsumen.

e) Budaya

Budaya adalah modal dasar yang sudah dimiliki suatu industri terutama industri kecil dan local yang tersebar di seluruh wilayah khususnya di Indonesia. Kebhinekaan-keragaman seperti halnya etnis, suku, adat, nilai-nilai, warisan budaya, dan bahasa yang tersebar di berbagai daerah merupakan modal dasar ekonomi kreatif. Dilihat dari berbagai aspek seperti budaya, kekayaan alam, dan kebhinekaan yang dimiliki, Indonesia memiliki modal ekonomi kreatif sebagai berikut:

- Modal seni, budaya, dan warisan budaya
Keragaman budaya seperti seni tradisional sampai modern yang berkembang terdapat dalam berbagai kegiatan seni seperti kesenian, kerajinan, dan seni pertunjukkan. Selain itu pula terdapat seni tradisional, pakaian tradisional, makanan khas daerah, minuman, dan jamu-jamuan tradisional, dan rempah-rempah.
- Modal sumber daya dan kekayaan alam
Berbagai corak bentang alam Indonesia telah menciptakan ragam usaha yang dapat

dilakukan untuk menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan dari sumber daya alam seperti halnya usaha kreatif hasil perkebunan, kehutanan, dan bentuk kekayaan lainnya seperti pariwisata, dan lain sebagainya.

- Modal kebinekaan suku bangsa, budaya, bahasa, dan agama

Berbagai jenis karya seni dan budaya daerah seperti seni tari, seni patung, seni drama, seni suara, dan seni lukis serta berbagai jenis pakaian adat, makanan, minuman, dan hasil kerajinan lainnya yang memiliki kekhasan kedaerahan seperti Bali, Sunda, Batak, Dayak, Asmat, dan suku-suku lainnya merupakan modal dasar ekonomi kreatif untuk dikembangkan secara komersial.

C. Tinjauan Teoritis Tentang Kewenangan Pemerintah Kabupaten/Kota di Bidang Pariwisata

1. Pengertian Kewenangan dan Wewenang

Sebelum melakukan pembahasan mengenai kewenangan pemerintah daerah dalam pembentukan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, terlebih dahulu akan dibahas mengenai pengertian dari kewenangan dan wewenang pemerintahan. Istilah kata kewenangan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mengandung arti: 1) hal berwenang, dan 2) hak dan kekuasaan

yang dipunyai untuk melakukan sesuatu,¹⁴ sedangkan istilah wewenang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan hak dan kekuasaan untuk bertindak; kewenangan, 2) kekuasaan membuat keputusan, memerintah, dan melimpahkan tanggung jawab kepada orang lain, 3) fungsi yang boleh tidak dilaksanakan.¹⁵

Menurut S. Prajudi Atmosudirdjo, berpendapat sebagai berikut: “Kita perlu membedakan antara kewenangan (*authority, gezag*) dan wewenang (*competence, bevoegdheid*), walaupun dalam praktik pembedaannya tidak selalu dirasakan perlu. Kewenangan adalah apa yang disebut “kekuasaan formal”, kekuasaan yang berasal dari Kekuasaan Legislatif (diberi oleh Undang-Undang), atau dari Kekuasaan Eksekutif Administratif. Kewenangan (yang biasanya terdiri atas beberapa wewenang adalah kekuasaan terhadap segolongan orang-orang tertentu atau kekuasaan terhadap sesuatu bidang pemerintahan (atau bidang urusan) tertentu yang bulat, sedangkan wewenang hanya mengenai sesuatu onderdil tertentu”.¹⁶ Lebih lanjut S. Prajudi Atmosudirjo, berpendapat bahwa “Di dalam kewenangan terdapat wewenang-wewenang (*rechtsbevoegdheden*). Wewenang adalah kekuasaan untuk melakukan sesuatu tindakan hukum publik”.¹⁷

Kemudian pengertian kewenangan, menurut P. Nicolai sebagaimana dikutip oleh Ridwan HR., mengemukakan sebagai berikut: “*Het vermogen tot het verrichten van bepaalde rechtshandelingen (handelingen die op rechtsgevolg gericht zijn*

¹⁴ Diakses pada situs: <https://kbbi.web.id/wenang>.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ S. Prajudi Atmosudirjo, *Hukum Administrasi Negara*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1994, hlm. 78.

¹⁷ *Ibid.*

en dus ertoe strekken dat bepaalde rechtsgevolgen onstaan of teniet gaan). Een recht houdt in de (rechtens gegeven) vrijheid om een bepaalde feitelijke handeling te verrichten of na te laten, of de (rechtens gegeven) aanspraak op het verrichten van een handeling door een ander. Een plicht impliceert een verplichting om een bepaalde handeling te verrichten of na te laten. (Kemampuan untuk melakukan tindakan hukum tertentu {yaitu tindakan-tindakan yang dimaksudkan untuk menimbulkan akibat hukum, dan mencakup mengenai timbul dan lenyapnya akibat hukum}. Hak berisi kebebasan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu atau menuntut pihak lain untuk melakukan tindakan tertentu, sedangkan kewajiban memuat keharusan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu)¹⁸

Pengertian kewenangan yang dikemukakan oleh P. Nicolai tersebut di atas, Ridwan HR., berpendapat bahwa kewenangan (*bevoegdheid, competence, legal power*) merupakan kekuasaan yang sah menurut hukum atau kekuasaan suatu jabatan, dan mengandung arti kemampuan untuk melakukan tindakan-tindakan hukum tertentu, serta bersumber pada undang-undang atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹⁹

Selanjutnya terkait dengan pengertian wewenang menurut H.D. Stout sebagaimana dikutip oleh Ridwan HR., dalam bukunya Hukum Administrasi Negara, mengemukakan sebagai berikut: *“Bevoegdheid is een begrip uit het bestuurlijke organisatierecht, wat kan worden omschreven als het geheel van*

¹⁸ Ridwan HR., *Hukum Administrasi Negara*, Rajagrafindo Persada,, Jakarta, 2014, hlm. 99.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 42.

regels dat betrekking heeft op de verkrijging en uitoefning van bestuursrechtelijke bevoegdheden door publiekrechtelijke rechtssubjection in het bestuursrechtelijke rechtsverkeer. (Wewenang adalah pengertian yang berasal dari hukum organisasi pemerintahan yang dapat dijelaskan sebagai keseluruhan aturan-aturan yang berkenaan dengan perolehan dan penggunaan wewenang pemerintahan oleh subjek hukum publik di dalam hubungan hukum publik).²⁰

Pengertian wewenang dan kewenangan secara normatif telah dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan, yakni sebagai berikut:

“Wewenang adalah hak yang dimiliki oleh Badan dan/atau Pejabat Pemerintahan atau penyelenggara negara lainnya untuk mengambil keputusan dan/atau tindakan dalam penyelenggaraan pemerintahan;²¹ Kewenangan Pemerintahan yang selanjutnya disebut Kewenangan adalah kekuasaan Badan dan/atau Pejabat Pemerintahan atau penyelenggara negara lainnya untuk bertindak dalam ranah hukum publik”.²²

Dalam konteks penyelenggaraan pemerintahan, wewenang merupakan hak yang dimiliki oleh Badan dan/atau Pejabat Pemerintahan untuk mengambil keputusan dan/atau tindakan dalam penyelenggaraan pemerintahan, sedangkan kewenangan diartikan sebagai kekuasaan formal (Badan atau Pejabat Pemerintahan) untuk bertindak dalam ranah hukum publik.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 98.

²¹ Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan.

²² Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014 tentang Administrasi Pemerintahan.

2. Kewenangan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Bidang Pariwisata

Pemerintahan pada hakekatnya adalah pelayanan kepada masyarakat.²³ Pemberian pelayanan kepada masyarakat merupakan kewajiban utama bagi pemerintah. Peranan pemerintah dalam proses pemberian pelayanan, adalah bertindak sebagai katalisator yang mempercepat proses sesuai dengan apa yang seharusnya.²⁴

Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya ditulis UUD 1945), telah menyatakan secara tegas bahwa “Negara Indonesia adalah Negara Hukum”, dan secara tegas pula dijelaskan bahwa sistem penyelenggaraan pemerintahan didasarkan pada asas desentralisasi, hal ini sebagaimana terkemuka dalam ketentuan Pasal 18 ayat (1) UUD 1945, yang menyatakan bahwa “Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas daerah-daerah provinsi dan daerah provinsi itu dibagi atas kabupaten dan kota, yang tiap-tiap provinsi, kabupaten, dan kota mempunyai pemerintahan daerah, yang diatur dengan undang-undang”.

Konsekuensi hukum negara Indonesia sebagai negara hukum, mengandung arti bahwa setiap penyelenggaraan urusan pemerintahan haruslah berpijak pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan konsekuensi atas diterapkannya sistem desentralisasi dalam penyelenggaraan pemerintahan di Indonesia, maka adanya

²³ Joko Widodo, *Good Governance, Telaah dari Dimensi Akuntabilitas dan Kontrol Birokrasi Pada Era Desentralisasi dan Otonomi Daerah*, Insan Cendekia, Surabaya, 2001, hlm. 1.

²⁴ Adrian Sutedi, *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm. 3.

pembagian urusan pemerintahan antara Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota.

Pembagian urusan pemerintahan menurut Ridwan, erat kaitannya dengan prinsip pemancaran kekuasaan (*verticale spreading van machten*) secara vertikal atau desentralisasi.²⁵ Di lain pihak, Campo dan Sundaram sebagaimana dikutip oleh Ni`Matul Huda, membedakan pembagian kewenangan antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah berdasarkan dua prinsip. *Pertama*, prinsip *Ultra Vires (Ultra Vires (Beyond the Power) Principle)*, dimana entitas daerah menjalankan kekuasaan termasuk membuat keputusan yang didelegasikan secara spesifik oleh Pemerintah Pusat. *Kedua*, prinsip Kompetensi Umum (*General Competence Principle*), dimana entitas daerah dapat menyelenggarakan semua kekuasaan yang tidak dicadangkan untuk pemerintah pusat”.²⁶ Dengan demikian menurut Ni`Matul Huda, “Pada hakekatnya, urusan pemerintahan terbagi dalam dua kelompok. *Pertama*, urusan pemerintahan yang sepenuhnya diselenggarakan oleh Pemerintah tanpa asas desentralisasi. *Kedua*, meski sejumlah urusan pemerintahan lain dapat diselenggarakan dengan asas desentralisasi, berbagai urusan pemerintahan tersebut tidak pernah secara eksklusif (sepenuhnya) menjadi wewenang daerah”.²⁷

²⁵ Ridwan, *Diskresi & Tanggung Jawab Pemerintah*, FH UII Press, Yogyakarta, 2014, hlm. 106.

²⁶ Ni`Matul Huda, *Hukum Pemerintahan Daerah*, Nusamedia, Bandung, 2010, hlm. 25.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 14.

Ridwan mengemukakan 3 (tiga) kriteria untuk menentukan apa itu urusan pemerintahan, sebagai berikut:²⁸

1. Urusan itu merupakan bidang publik atau menyangkut kepentingan umum (*algemeen belang*);
2. Ada intervensi atau keterlibatan pemerintah secara langsung atau tidak langsung dalam urusan tersebut;
3. Peraturan perundang-undangan memberikan wewenang kepada pemerintah untuk mengurus (*bestuuren*) dan mengatur (*regelen*) urusan tersebut.

Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah diubah beberapakali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, telah membagi kewenangan penyelenggaraan urusan pemerintahan, yakni sebagai berikut:

1. Urusan Pemerintahan Absolut;
2. Urusan Pemerintahan Konkuren; dan
3. Urusan Pemerintahan Umum.

Pada hakikatnya urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota adalah urusan Pemerintahan Konkuren, yang dibagi antara Pemerintah Pusat dan Daerah Provinsi dan Daerah Kabupaten/Kota, dimana Urusan Pemerintahan Konkuren yang diserahkan ke Daerah (Provinsi/Kabupaten/Kota) menjadi dasar dalam pelaksanaan otonomi daerah.²⁹ Pembagian Urusan Pemerintahan Konkuren antara

²⁸ Ridwan, *Tiga Dimensi Hukum Administrasi dan Peradilan Administrasi*, Op. Cit., hlm. 40.

²⁹ Pasal 9 ayat (3) dan ayat (4) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Pemerintah Pusat, dan Daerah Provinsi serta Daerah Kabupaten/Kota didasarkan pada prinsip akuntabilitas, efisiensi dan eksternalitas, serta kepentingan strategis nasional.³⁰ Selanjutnya Urusan Pemerintahan Konkuren yang menjadi kewenangan Daerah, dibagi lagi menjadi 2 (dua) yaitu Urusan Pemerintahan Wajib dan Urusan Pemerintahan Pilihan. Urusan Pemerintahan Wajib, terdiri atas Urusan Pemerintahan yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar, dan Urusan Pemerintahan yang tidak berkaitan dengan Pelayanan Dasar.³¹

Jenis Urusan Pemerintahan Konkuren secara eksplisit telah diatur dalam ketentuan Pasal 12 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah diubah beberapakali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, yang menyatakan sebagai berikut:

- (1) Urusan Pemerintahan Wajib yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) meliputi:
 - a. pendidikan;
 - b. kesehatan;
 - c. pekerjaan umum dan penataan ruang;
 - d. perumahan rakyat dan kawasan permukiman;
 - e. ketenteraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat; dan
 - f. sosial.
- (2) Urusan Pemerintahan Wajib yang tidak berkaitan dengan Pelayanan Dasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) meliputi:
 - a. tenaga kerja;

³⁰ Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

³¹ Pasal 11 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

- b. pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak;
 - c. pangan;
 - d. pertanahan;
 - e. lingkungan hidup;
 - f. administrasi kependudukan dan pencatatan sipil;
 - g. pemberdayaan masyarakat dan Desa;
 - h. pengendalian penduduk dan keluarga berencana;
 - i. perhubungan;
 - j. komunikasi dan informatika;
 - k. koperasi, usaha kecil, dan menengah;
 - l. penanaman modal;
 - m. kepemudaan dan olah raga;
 - n. statistik;
 - o. persandian;
 - p. kebudayaan;
 - q. perpustakaan; dan
 - r. kearsipan.
- (3) Urusan Pemerintahan Pilihan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1) meliputi:
- a. kelautan dan perikanan;
 - b. pariwisata;**
 - c. pertanian;
 - d. kehutanan;
 - e. energi dan sumber daya mineral;
 - f. perdagangan;
 - g. perindustrian; dan
 - h. transmigrasi.

Hakikat dasar pembagian urusan pemerintahan konkuren antara Pemerintah Pusat dan Daerah provinsi serta Daerah kabupaten/kota didasarkan pada prinsip akuntabilitas, efisiensi, dan eksternalitas, serta kepentingan strategis nasional.³²

³² Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Adapun kriteria Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah kabupaten/kota adalah:³³

- a. Urusan Pemerintahan yang lokasinya dalam Daerah kabupaten/kota;
- b. Urusan Pemerintahan yang penggunaannya dalam Daerah kabupaten/kota;
- c. Urusan Pemerintahan yang manfaat atau dampak negatifnya hanya dalam Daerah kabupaten/kota; dan/atau
- d. Urusan Pemerintahan yang penggunaan sumber dayanya lebih efisien apabila dilakukan oleh Daerah kabupaten/ kota.

Pengembangan Ekonomi Kreatif merupakan merupakan salah satu sub-urusan pemerintahan bidang pariwisata yang menjadi urusan Pemerintahan Pilihan sebagaimana tercantum dalam Pasal 12 ayat (3) huruf b dan Lampiran Z Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, dinyatakan bahwa adapun yang menjadi kewenangan daerah kabupaten/kota Bidang Pariwisata, dengan sub urusan sebagai berikut:

- a. Destinasi Wisata**
 - 1) Pengelolaan daya tarik wisata kabupaten/kota.
 - 2) Pengelolaan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota
 - 3) Pengelolaan destinasi pariwisata kabupaten/kota
 - 4) Penetapan tanda daftar usaha pariwisata kabupaten/kota
- b. Pemasaran Pariwisata**

“Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota”
- c. Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Pemanfaatan dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual**

³³ Pasal 13 ayat (4) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

“Penyediaan prasarana (zona kreatif/ruang kreatif/kota kreatif) sebagai ruang berekspresi, berpromosi dan berinteraksi bagi insan kreatif di daerah kabupaten/kota”

d. Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

“Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar”.

Dengan demikian, pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif merupakan wujud kebijakan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat yang tertuang dalam Peraturan perundang-undangan di daerah, dengan memperhatikan wewenang Pemerintah Kabupaten/Kota yang diatur dalam Undang-Undang 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

D. Kajian Terhadap Asas/Prinsip yang Terkait dengan Penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif

1. Asas-Asas dan Materi Muatan Dalam Pembentukan Rancangan Peraturan Daerah

Dalam menyusun peraturan perundang-undangan khususnya produk hukum daerah, perlu diperhatikan asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan. Asas-asas peraturan perundang-undangan atau asas-asas hukum dalam pembentukan peraturan perundang-undangan, yakni nilai-nilai yang dijadikan pedoman dalam penuangan norma atau isi peraturan ke dalam bentuk dan susunan peraturan

perundang-undangan yang diinginkan dengan metode yang tepat, dan mengikuti prosedur yang telah ditentukan.³⁴

Asas-asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan adalah suatu pedoman atau suatu rambu-rambu dalam pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik.³⁵ Asas pembentukan peraturan perundang-undangan (*beginsel van behoorlijke regelgeving*) ialah asas hukum yang memberikan pedoman dan bimbingan penuangan isi peraturan ke dalam bentuk dan susunan yang sesuai bagi metode pembentukan yang tepat, dan bagi mengikuti proses dan prosedur pembentukan yang telah ditentukan.³⁶ Asas-asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan adalah suatu pedoman atau suatu rambu-rambu dalam pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik.³⁷

Asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan sangat erat hubungannya dengan asas-asas umum pemerintahan negara kesatuan RI berdasarkan Undang-Undang Dasar RI Tahun 1945, dan berkaitan dengan ilmu perundang-undangan dalam arti sempit yang merupakan suatu ilmu yang bersifat normatif, yaitu yang berhubungan dengan pembentukan norma-norma dalam peraturan perundang-undangan”.³⁸ Adapun aspek-aspek yang terkait di

³⁴ I Gde Pantja Astawa dan Suprin Na`a, *Dinamika Hukum dan Ilmu Perundang-Undangan di Indonesia*, Alumni, Bandung, 2012, hlm. 81.

³⁵ Maria Farida Indrati Soeprapto, *Ilmu Perundang-Undangan 1 (Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan)*, Kanisius, Yogyakarta, 2007, hlm. 252.

³⁶ A. Hamid S. Attamimi, *Hukum Tentang Peraturan Perundang-Undangan dan Peraturan Kebijakan (Hukum Tata Pengaturan)*, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 1993, hlm. 313., dalam Maria Farida Indrati Soeprapto, *Ilmu Perundang-Undangan 1 (Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan)*, Kanisius, Yogyakarta, 2007, hlm. 252

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Pipin Syarifin dan Dedah Jubaedah, *Ilmu Perundang-Undangan*, Pustaka Setia, Bandung, 2012, hlm. 97.

dalam asas-asas pembentukan perundangan antara lain: norma yang terdapat dalam perundang-undangan; kegiatan pembentukan serta ilmu-ilmu yang menunjangnya; serta pendapat para ahli mengenai asas-asas yang diperlukan bagi pembentukan peraturan perundang-undangan yang valid dan efektif.³⁹

I.C. van der Vlies sebagaimana dikutip oleh A. Hamid S. Attamimi, membagi asas-asas dalam pembentukan peraturan negara yang baik (*beginselen van behoorlijke regelgeving*), ke dalam asas-asas yang formal dan yang material, yakni sebagai berikut:⁴⁰

“Asas-asas yang formal meliputi:

1. asas tujuan yang jelas (*beginsel van duidelijke doelstelling*);
2. asas organ/lembaga yang tepat (*beginsel van het juiste orgaan*);
3. asas perlunya pengaturan (*het noodzakelijkheids beginsel*);
4. asas dapatnya dilaksanakan (*het beginsel van uitvoerbaarheid*);
5. asas konsesus (*het beginsel van consensus*).

“Asas-asas yang material meliputi:

1. asas tentang terminologi dan sistematika yang benar (*het beginsel van duidelijke terminologi en duidelijke systematik*);
2. asas tentang dapat dikenali (*het beginsel van de kenbaarheid*);
3. asas perlakuan yang sama dalam hukum (*het rechtsgelijkheids beginsel*);
4. asas kepastian hukum (*het rechtszekerheidsbeginsel*);
5. asas pelaksanaan hukum sesuai keadaan individual (*het beginsel van de individuele rechtsbedeling*)”.

³⁹ Sumali, *Reduksi Kekuasaan Eksekutif di Bidang Peraturan Pengganti Undang-Undang (PERPU)*, UMM Press, Malang, 2003, hlm. 123.

⁴⁰ A. Hamid S. Attamimi, *Op. Cit.*, hlm. 330., dalam Maria Farida Indrati Soeprapto, *Op. Cit.*, hlm. 253-254.

Pembagian mengenai asas formal dan asas yang material, sebagaimana dikemukakan oleh I.C. Vlies, A. Hamid S. Attamimi tersebut di atas cenderung untuk membagi asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan yang patut tersebut sebagai berikut: ⁴¹

- a. Asas-asas Formal dengan perincian:
 - (1) asas tujuan yang jelas;
 - (2) asas perlunya pengaturan;
 - (3) asas organ/lembaga yang tepat;
 - (4) asas materi muatan yang tepat;
 - (5) asas dapatnya dilaksanakan; dan
 - (6) asas dapatnya dikenali.
- b. Asas-asas Material dengan perincian:
 - (1) asas sesuai dengan Cita Hukum Indonesia dan Norma Fundamental Negara;
 - (2) asas sesuai dengan Hukum Dasar Negara;
 - (3) asas sesuai dengan Prinsip-prinsip Negara berdasar atas Hukum; dan
 - (4) asas sesuai dengan Prinsip-prinsip Pemerintahan berdasar Sistem Konstitusi.

Di lain pihak A. Hamid S. Attamimi sebagaimana dikutip pula oleh Maria Farida Indrati Soeprapto mengemukakan pendapatnya bahwa:⁴²

- “Pembentukan peraturan perundang-undangan Indonesia yang patut adalah sebagai berikut:
- a. Cita Hukum Indonesia;
 - b. Asas Negara berdasar atas Hukum dan Asas Pemerintahan Berdasar Sistem Konstitusi;
 - c. Asas-asas lainnya”.

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*

Lebih lanjut A. Hamid S. Attamimi sebagaimana dikutip pula oleh Maria Farida Indrati Soeprapto, berpendapat bahwa:⁴³

“Dengan demikian, asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan Indonesia yang patut akan mengikuti pedoman dan bimbingan yang diberikan oleh:

- a. Cita hukum Indonesia yang tidak lain Pancasila (sila-sila dalam hal tersebut berlaku sebagai Cita (*Idee*), yang berlaku sebagai “bintang pemandu”);
- b. Norma Fundamental Negara yang juga tidak lain Pancasila (sila-sila dalam hal tersebut berlaku sebagai norma);
- c. Asas-asas negara dan pemerintahan, yaitu:
 1. Asas-asas negara berdasar atas hukum yang menempatkan undang-undang sebagai alat pengaturan yang khas berada dalam ketentuan hukum (*der primat des rechts*);
 2. Asas-asas pemerintahan berdasar sistem konstitusi yang menempatkan undang-undang sebagai dasar dan batas penyelenggaraan kegiatan-kegiatan pemerintahan”.

Purnadi Purbacara dan Soerjono Soekanto, mengemukakan 6 (enam) asas perundang-undangan, yakni sebagai berikut:⁴⁴

1. Undang-Undang tidak berlaku surut;
2. Undang-Undang yang dibuat oleh Penguasa yang lebih tinggi, mempunyai kedudukan yang lebih tinggi pula;
3. Undang-Undang yang bersifat khusus mengesampingkan undang-undang yang bersifat umum (*lex specialis derogat lex generalis*);

⁴³ *Ibid.*, hlm. 255.

⁴⁴ Purnadi Purbacara dan Soerjono Soekanto, *Perundang-Undangan dan Yurisprudensi*, Alumni, Bandung, 1979, hlm. 15-19.

4. Undang-Undang yang berlaku belakangan membatalkan undang-undang yang berlaku terdahulu (*lex posteriore derogat lex priori*);
5. Undang-Undang tidak dapat diganggu gugat;
6. Undang-Undang sebagai sarana untuk memaksimalkan mungkin dapat mencapai kesejahteraan spiritual dan material bagi masyarakat ataupun individu melalui pembaharuan atau pelestarian (asas *welvaarstaat*).

Amiroedin Syarif, mengemukakan 5 (lima) asas perundang-undangan, yang senada dengan yang dikemukakan oleh Purnadi Purbacara dan Soerjono Soekanto tersebut di atas, yakni sebagai berikut:⁴⁵

1. asas tingkatan hierarki;
2. Undang-Undang tak dapat diganggu gugat;
3. Undang-Undang yang bersifat khusus mengesampingkan undang-undang yang bersifat umum (*Lex Specialis Derogat Lex Generalis*);
4. Undang-Undang tidak berlaku surut;
5. Undang-Undang yang baru mengesampingkan undang-undang yang lama (*Lex Posteriori Derogat Lex Priori*).

Di lain pihak, A. Hamid S. Attamimi mengemukakan 8 (delapan) asas-asas dalam pembentukan peraturan perundang-undangan yang patut yakni sebagai berikut:⁴⁶

“Asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan yang patut, meliputi juga:

1. asas tujuan yang jelas;
2. asas perlunya pengaturan;
3. asas organ/lembaga dan materi muatan yang tepat;
4. asas dapatnya dilaksanakan;s
5. asas dapatnya dikenali;
6. asas perlakuan yang sama dalam hukum;
7. asas kepastian hukum;

⁴⁵ Amiroedin Syarif, *Perundang-Undangan, Dasar, Jenis, dan Teknik Membuatnya*, Bina Aksara, Jakarta, 1987, hlm. 78-84.

⁴⁶ A. Hamid S. Attamimi, *Op. Cit.*, hlm. 344-345, dalam Maria Indrati Soeprapto, *Op. Cit.*, hlm. 256.

8. asas pelaksanaan sesuai dengan keadaan individual”.

Seiring dengan telah diterbitkannya UU No. 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, sebagaimana telah dicabut dan diganti dengan UU No. 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, asas-asas dalam pembentukan peraturan perundang-undangan yang sebelumnya berada diluar konteks peraturan perundang-undangan sebagai doktrin, kini asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan sebagaimana dikemukakan oleh para ahli tersebut menjelma sebagai kaidah hukum tertulis yang dijadikan sebagai pedoman bagi legislatif maupun eksekutif dalam pembentukan suatu peraturan perundang-undangan, baik di tingkat pusat maupun tingkat daerah.

Dalam ketentuan Pasal 5 dan Penjelasan Pasal 5 UU No. 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, menyatakan sebagai berikut:

“Dalam membentuk Peraturan Perundang-undangan harus dilakukan berdasarkan pada asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang baik, yang meliputi:

- a. Kejelasan Tujuan. Yang dimaksud dengan “asas kejelasan tujuan” adalah bahwa setiap Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus mempunyai tujuan yang jelas yang hendak dicapai.
- b. Kelembagaan atau Pejabat Pembentuk yang Tepat. Yang dimaksud dengan “asas kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat” adalah bahwa setiap jenis Peraturan Perundang-undangan harus dibuat oleh lembaga negara atau pejabat Pembentuk Peraturan Perundang-undangan yang berwenang. Peraturan Perundang-undangan

- tersebut dapat dibatalkan atau batal demi hukum apabila dibuat oleh lembaga negara atau pejabat yang tidak berwenang.
- c. Kesesuaian antara Jenis, Hierarki, dan Materi Muatan. Yang dimaksud dengan “asas kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan” adalah bahwa dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus benar-benar memperhatikan materi muatan yang tepat sesuai dengan jenis dan hierarki Peraturan Perundang-undangan.
 - d. Dapat Dilaksanakan. Yang dimaksud dengan “asas dapat dilaksanakan” adalah bahwa setiap Pembentukan Peraturan Perundang-undangan harus memperhitungkan efektivitas Peraturan Perundang-undangan tersebut di dalam masyarakat, baik secara filosofis, sosiologis, maupun yuridis.
 - e. Kedayagunaan dan Kehasilgunaan. Yang dimaksud dengan “asas kedayagunaan dan kehasilgunaan” adalah bahwa setiap Peraturan Perundang-undangan dibuat karena memang benar-benar dibutuhkan dan bermanfaat dalam mengatur kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
 - f. Kejelasan Rumusan. Yang dimaksud dengan “asas kejelasan rumusan” adalah bahwa setiap Peraturan Perundang-undangan harus memenuhi persyaratan teknis penyusunan Peraturan Perundang-undangan, sistematika, pilihan kata atau istilah, serta bahasa hukum yang jelas dan mudah dimengerti sehingga tidak menimbulkan berbagai macam interpretasi dalam pelaksanaannya.
 - g. Keterbukaan. Yang dimaksud dengan “asas keterbukaan” adalah bahwa dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan mulai dari perencanaan, penyusunan, pembahasan, pengesahan atau penetapan, dan pengundangan bersifat transparan dan terbuka. Dengan demikian, seluruh lapisan masyarakat mempunyai kesempatan yang seluas-luasnya untuk memberikan masukan dalam Pembentukan Peraturan Perundang-undangan”.

Selanjutnya mengenai materi muatan peraturan perundang-undangan A. Hamid S. Attamimi berpendapat bahwa: “Materi muatan sebuah peraturan perundang-undangan dapat ditentukan atau tidak bergantung pada dua hal: *Pertama*, sistem pembentukan peraturan perundang-undangan dan latar belakang sejarah suatu negara; dan *Kedua*, sistem pembagian kekuasaan negara yang dianut suatu negara”.⁴⁷

Sedangkan berkaitan dengan materi muatan yang harus terkandung dalam suatu peraturan perundang-undangan diatur dalam ketentuan Pasal 6 dan Penjelasan Pasal 6 UU No. 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang menyatakan sebagai berikut:

- (1) Materi muatan peraturan perundang-undangan harus mencerminkan asas:
 - a. Pengayoman. Yang dimaksud dengan “asas pengayoman” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan harus berfungsi memberikan perlindungan untuk menciptakan ketentraman masyarakat.
 - b. Kemanusiaan. Yang dimaksud dengan “asas kemanusiaan” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan harus mencerminkan perlindungan dan penghormatan hak asasi manusia serta harkat dan martabat setiap warga negara dan penduduk Indonesia secara proporsional.
 - c. Kebangsaan. Yang dimaksud dengan “asas kebangsaan” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan harus mencerminkan sifat dan watak bangsa Indonesia yang majemuk

⁴⁷ A. Hamid s. Attamimi, *Op. Cit.*, hlm. 206., dalam Maria Indrati Soeprapto, *Op. Cit.*, hlm. 257.

- dengan tetap menjaga prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- d. **Kekeluargaan.** Yang dimaksud dengan “asas kekeluargaan” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan harus mencerminkan musyawarah untuk mencapai mufakat dalam setiap pengambilan keputusan.
 - e. **Kenusantaraan.** Yang dimaksud dengan “asas kenusantaraan” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh wilayah Indonesia dan Materi Muatan Peraturan Perundang-undangan yang dibuat di daerah merupakan bagian dari sistem hukum nasional yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
 - f. **Bhinneka Tunggal Ika.** Yang dimaksud dengan “asas Bhinneka Tunggal Ika” adalah bahwa materi muatan peraturan perundang-undangan harus memperhatikan keragaman penduduk, agama, suku dan golongan, kondisi khusus daerah serta budaya dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
 - g. **Keadilan.** Yang dimaksud dengan “asas keadilan” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan harus mencerminkan keadilan secara proporsional bagi setiap warga negara.
 - h. **Kesamaan Kedudukan dalam Hukum dan Pemerintahan.** Yang dimaksud dengan “asas kesamaan kedudukan dalam hukum dan pemerintahan” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan tidak boleh memuat hal yang bersifat membedakan berdasarkan latar belakang, antara lain, agama, suku, ras, golongan, gender, atau status sosial.

- i. Ketertiban dan Kepastian Hukum. Yang dimaksud dengan “asas ketertiban dan kepastian hukum” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan harus dapat mewujudkan ketertiban dalam masyarakat melalui jaminan kepastian hukum.
 - j. Keseimbangan, Kekeragaman, dan Keselarasan. Yang dimaksud dengan “asas keseimbangan, keberagaman, dan keselarasan” adalah bahwa setiap materi muatan peraturan perundang-undangan harus mencerminkan keseimbangan, keberagaman, dan keselarasan, antara kepentingan individu, masyarakat dan kepentingan bangsa dan negara.
- (2) Selain mencerminkan asas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Peraturan Perundang-undangan tertentu dapat berisi asas lain sesuai dengan bidang hukum Peraturan Perundang-undangan yang bersangkutan. Yang dimaksud dengan “asas lain sesuai dengan bidang hukum Peraturan Perundang-undangan yang bersangkutan”, antara lain:
- a. dalam Hukum Pidana, misalnya, asas legalitas, asas tiada hukuman tanpa kesalahan, asas pembinaan narapidana, dan asas praduga tak bersalah;
 - b. dalam Hukum Perdata, misalnya, dalam hukum perjanjian, antara lain, asas kesepakatan, kebebasan berkontrak, dan itikad baik.

Kemudian berkaitan dengan materi muatan suatu Peraturan Daerah, dalam ketentuan Pasal 237 ayat (1) UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, menyatakan bahwa:

“Asas pembentukan dan materi muatan Perda berpedoman pada ketentuan peraturan perundang-undangan dan asas hukum yang tumbuh dan

berkembang dalam masyarakat sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Pada prinsipnya materi muatan Peraturan Daerah diatur secara limitatif dalam ketentuan Pasal 236 ayat (3) dan ayat (4) UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, menyatakan sebagai berikut:

- (3) Perda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat materi muatan:
 - a. penyelenggaraan Otonomi Daerah dan Tugas Pembantuan; dan
 - b. penjabaran lebih lanjut ketentuan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.
- (4) Selain materi muatan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) Perda dapat memuat materi muatan lokal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa asas-asas pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik merupakan pedoman/acuan dalam proses penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, sedangkan berkaitan dengan substansi atau materi muatan yang terkandung dalam Rancangan Peraturan Daerah Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, pada hakikatnya merupakan penjabaran lebih lanjut atau amanat dari ketentuan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun

2019 tentang Ekonomi Kreatif jo Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025.

2. Asas-Asas Peraturan Perundang-Undangan Yang Terkait Dengan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Asas-asas yang dituangkan ke dalam substansi atau materi muatan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, mengacu pada ketentuan sebagaimana diatur dalam Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif jo Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025.

Dalam konsideran Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif disebutkan bahwa Indonesia memiliki kekayaan warisan budaya yang perlu dimanfaatkan menjadi produk yang menciptakan nilai tambah melalui pengembangan ekonomi kreatif untuk memajukan kesejahteraan umum. Pemerintah Daerah bertanggung jawab dalam menciptakan dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif sehingga mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan meningkatkan daya saing global guna tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan.

Secara umum setiap pembentukan norma tentang pengembangan ekonomi kreatif mengacu pada ketentuan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi

Kreatif, yang menyatakan bahwa Undang-Undang tentang Ekonomi Kreatif diselenggarakan berdasarkan asas:

- a. Keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa;
- b. Manfaat;
- c. Keadilan;
- d. Berkelanjutan;
- e. Identitas Bangsa;
- f. keamanan;

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa agar substansi atau materi muatan yang terkandung dalam Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi kedudukannya, maka asas-asas sebagaimana dikemukakan tersebut di atas, dapat dituangkan ke dalam substansi atau materi muatan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, agar dapat menghasilkan produk hukum daerah Kabupaten Bandung Barat yang baik, dan diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh semua pihak dalam rangka memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan memajukan kesejahteraan masyarakat di wilayah Kabupaten Bandung Barat.

Bahwa untuk mewujudkan peningkatan kesejahteraan dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi berdampak pada meningkatkan pendapatan secara ekonomi diperlukan dilakukan dengan upaya membangun kreativitas, diperlukan daya dukung dalam upaya pengembangan EK yang

memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, khususnya bagi pelaku usaha EK, tetapi juga berdampak pada pihak lain secara tidak langsung yang peningkatan dipengaruhi pengelolaan, permodalan, teknologi dan warisan budaya.

E. Kajian Kondisi Eksisting Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat

1. Kondisi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat

Kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat sudah dimulai dari tahun 2017 melalui keberadaan Seksi Ekonomi Kreatif. Kemudian pada tahun 2021, seiring dengan perkembangan regulasi baik di tingkat pusat maupun daerah. Ditetapkan Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melalui Peraturan Bupati Bandung Barat Nomor 53 Tahun 2021 tentang Tugas, Fungsi Dan Rincian Tugas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan.

Sampai dengan akhir tahun 2023, berbagai program, kegiatan dan sub kegiatan terkait pengembangan ekonomi kreatif sudah terlaksana. Beberapa kegiatan yang dilaksanakan terkait pengembangan sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif melalui Pelatihan Desain Kemasan, Pengembangan Desa Kreatif, Pekan Kreatif Bandung Barat 2023, Lomba Video Explore Bandung Barat 2023, Gelar Produk Kreatif/Festival Ramadan dan Fashion Show pada Karya Kreatif Jawa Barat 2023.

Pengembangan ekonomi kreatif lainnya yang dilaksanakan yaitu Pasanggiri Mojang Jajaka, Fasilitasi

Rekomendasi Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual. Merek melalui Klinik HKI, Kajian Rancangan Peraturan Daerah Pengembangan Ekonomi Kreatif, Kajian Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif, Usaha Dukungan Keuangan (Udunan) dan Perencanaan Teknis Creative Space. Selain itu juga dilakukan pelaksanaan pendataan, pemutakhiran data dan pemetaan potensi ekonomi kreatif.

Jumlah pelaku ekonomi kreatif Kabupaten Bandung Barat berdasarkan hasil pendataan, pemutakhiran data dan pemetaan potensi ekonomi kreatif pada Tahun 2023 adalah sebanyak 1.618 (seribu enam ratus delapan belas) orang yang tersebar pada 17 (tujuh belas) sektor unggulan di Kabupaten Bandung Barat, yakni kuliner, fashion, kriya, Televisi & Radio, Penerbitan, Arsitektur, Periklanan, Musik, Fotografi, Seni Pertunjukan, Desain Produk, Seni Rupa, Desain Interior-Film, Animasi-Video, DKV, Aplikasi, dan Game. Namun, potensinya cukup besar khususnya tiga sub sektor seperti kuliner, fashion, dan kriya. Keberadaan ekonomi kreatif sebagai sebuah penyokong perekonomian masyarakat.

2. Perkembangan Ekonomi Kreatif

a. Perkembangan Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Wilayah Kecamatan

Data menunjukkan fluktuasi jumlah pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat dari 2020 hingga 2023. Pada 2020, jumlah pelaku cukup tinggi di beberapa kecamatan seperti Lembang (1.533) dan Ngamprah (1.367). Namun terjadi penurunan drastis di tahun berikutnya di hampir semua kecamatan.

Pada 2021, total pelaku turun menjadi 1.758 dari 9.846. Tren penurunan berlanjut hingga 2022 dengan total pelaku 615. Meski pun demikian, terjadi peningkatan sedikit pada 2023 menjadi 1.618 pelaku. Perubahan ini kemungkinan dipengaruhi faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan perubahan tren pasar yang memengaruhi sektor ekonomi kreatif. Untuk analisis lebih mendalam, diperlukan data tambahan terkait faktor-faktor tersebut.

Tabel 2.1
Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Wilayah Kecamatan

No.	Kecamatan	Tahun			
		2020	2021	2022	2023
1.	Batujajar	562	105	42	104
2.	Cihampelas	140	131	39	84
3.	Cikalong Wetan	642	64	19	69
4.	Cililin	165	88	28	61
5.	Cipatat	536	110	44	107
6.	Cipeundeuy	815	50	17	57
7.	Cipongkor	414	35	11	61
8.	Cisarua	545	132	37	73
9.	Gununghalu	521	40	15	47
10.	Lembang	1.533	278	80	248
11.	Ngamprah	1.367	289	123	271
12.	Padalarang	840	228	77	197
13.	Parongpong	1.562	155	51	137
14.	Rongga	47	2	8	18
15.	Saguling	87	25	11	31
16.	Sindangkerta	70	26	13	53
	Total	9.846	1.758	615	1.618

Sumber : Buku Profil Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Tahun 2023

b. Perkembangan Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Subsektor

Berdasarkan data, jumlah pelaku ekonomi kreatif di Indonesia fluktuasi selama periode 2020 hingga 2023. Pada tahun 2020, jumlah pelaku ekonomi kreatif mencapai puncaknya dengan total 9.846, didominasi oleh subsektor Seni Pertunjukan. Namun, penurunan drastis terjadi di tahun 2021 menjadi hanya 1.758 pelaku, mungkin disebabkan oleh pandemi COVID-19.

Pada tahun 2022, jumlah tersebut turun lebih lanjut menjadi 615, menunjukkan dampak pandemi. Di tahun 2023 terjadi peningkatan menjadi 1.618 pelaku, dengan subsektor Seni Pertunjukan menunjukkan angka signifikan sebesar 538 pelaku. Subsektor Kuliner dan Fotografi juga menunjukkan peningkatan di tahun 2023, mengindikasikan pemulihan sektor ekonomi kreatif.

Tabel 2.2
Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif Berdasarkan Subsektor

No	Subsektor	Tahun			
		2020	2021	2022	2023
1.	Seni Pertunjukan	6.281	130	60	538
2.	Kuliner	1.635	413	137	316
3.	Musik	754	277	65	149
4.	Kriya	546	243	101	129
5.	Fashion	391	126	65	111
6.	Fotografi	68	219	106	140
7.	Seni Rupa	6	104	21	33
8.	Arsitektur	125	25	1	2
9.	Film, Animasi, Video	0	92	14	28
10.	Desain Interior	1	69	10	13
11.	Desain Komunikasi Visual	2	9	6	75
12.	Desain Produk	1	24	20	27
13.	Aplikasi	3	2	2	41
14.	Penerbitan	23	13	2	3
15.	Televisi dan Radio	10	6	1	2
16.	Periklanan	0	4	4	4
17.	Games Developer	0	2	0	7
	Total	9.846	1.758	615	1.618

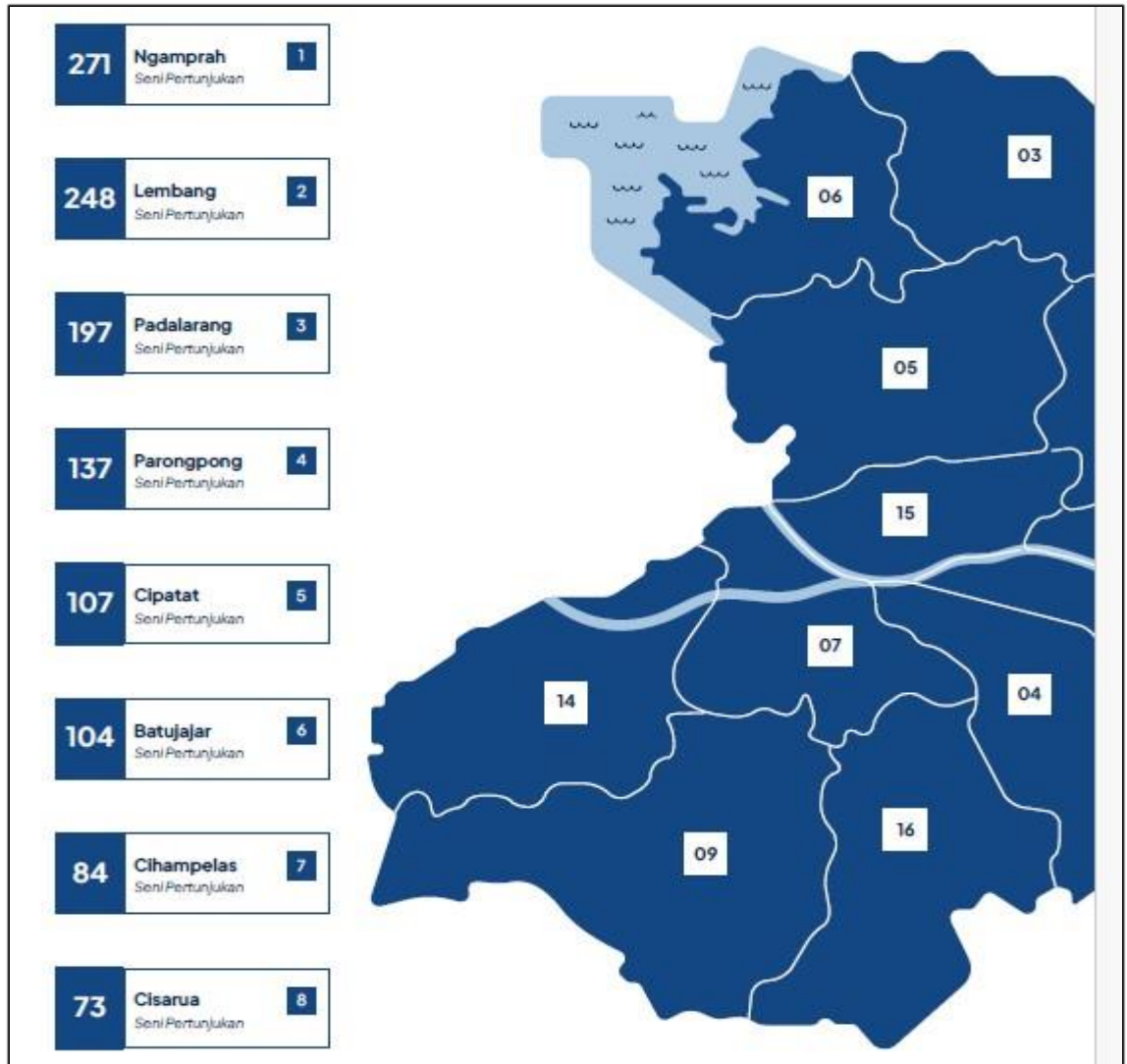
Sumber : Buku Profil Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Tahun 2023

3. Sebaran Ekonomi Kreatif

Rerata jumlah pelaku Ekraf 101, standar deviasi 75. Nilai minimum 18, maksimum 271. Rerata persentase pelaku 6,25%, standar deviasi 4,66. Kecamatan Ngamprah memiliki jumlah pelaku terbanyak (16,75%), menunjukkan kontribusi signifikan. Subsektor dominan hampir semua kecamatan adalah Seni Pertunjukan, kecuali Cililin (Kuliner). Terdapat variasi cukup besar jumlah pelaku antar kecamatan. Diperlukan analisis lebih lanjut terkait distribusi, hubungan

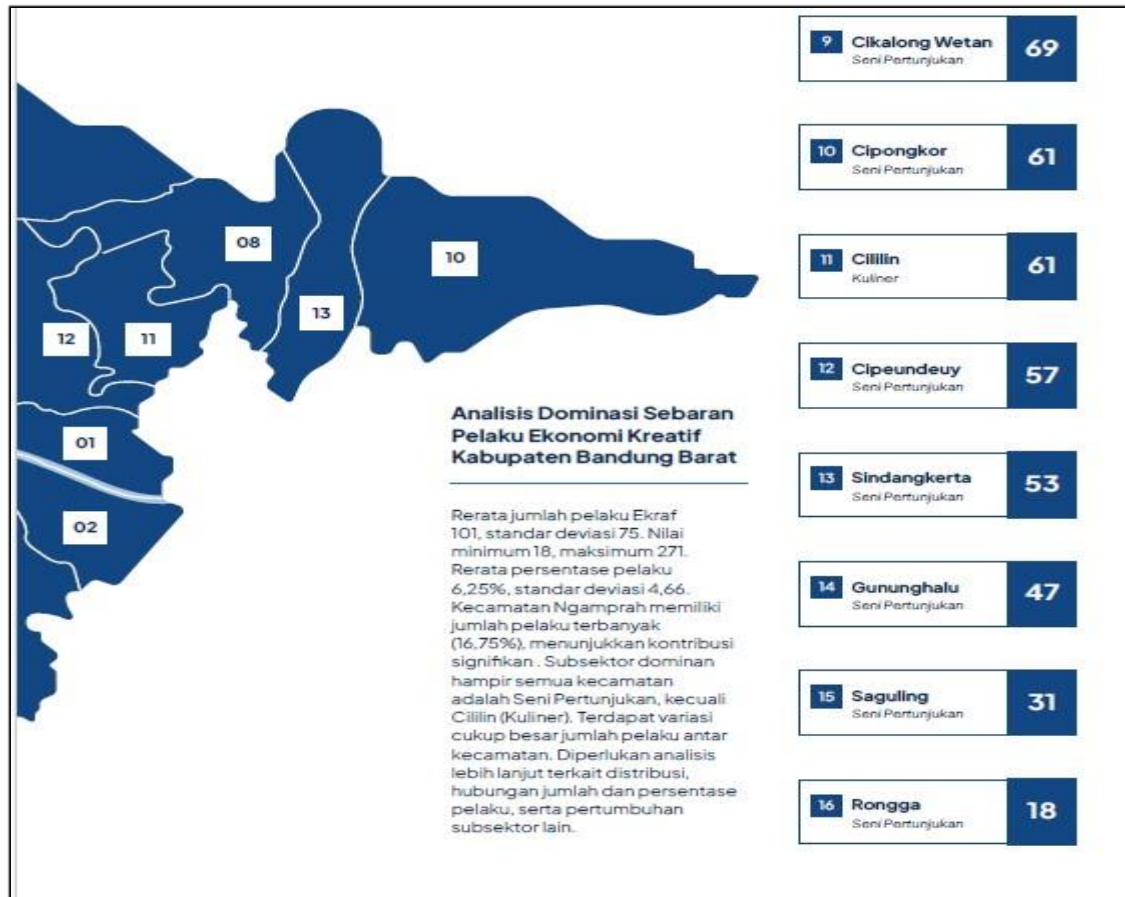
jumlah dan persentase pelaku, serta pertumbuhan subsektor lain.

Gambar 2.6
Sebaran Ekonomi Kreatif



Sumber : Buku Profil Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat
Tahun 2023

Gambar 2.7
Sebaran Ekonomi Kreatif (lanjutan)



Sumber : Buku Profil Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Tahun 2023

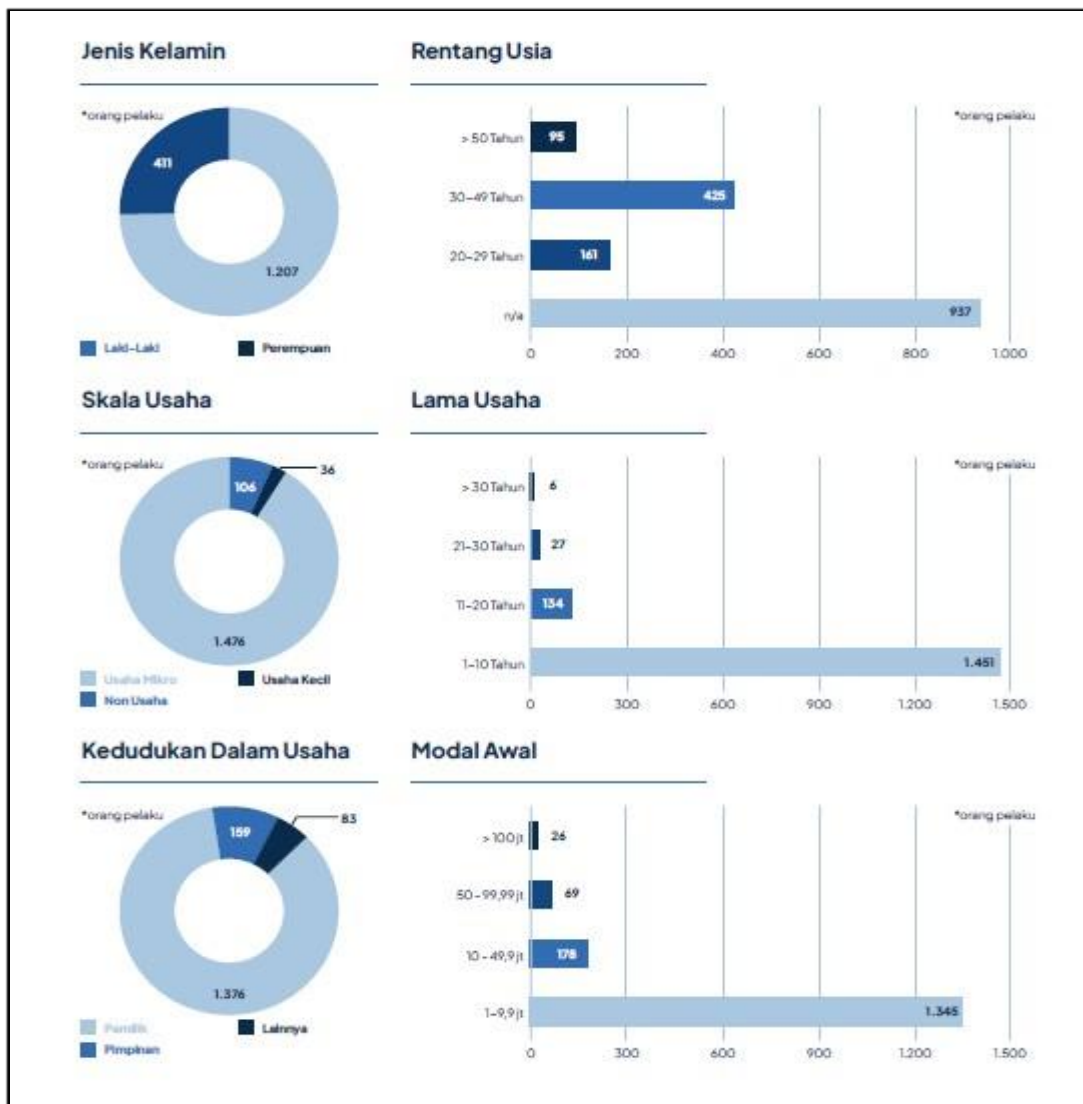
4. Ekonomi Kreatif Dalam Angka

Ekonomi Kreatif dalam angka Kabupaten Bandung Barat dapat dilihat dalam aspek, meliputi:

- Jenis Kelamin
- Skala Usaha
- Kedudukan Dalam usaha
- Pendapatan per tahun
- Kategori dan Bentuk Usaha

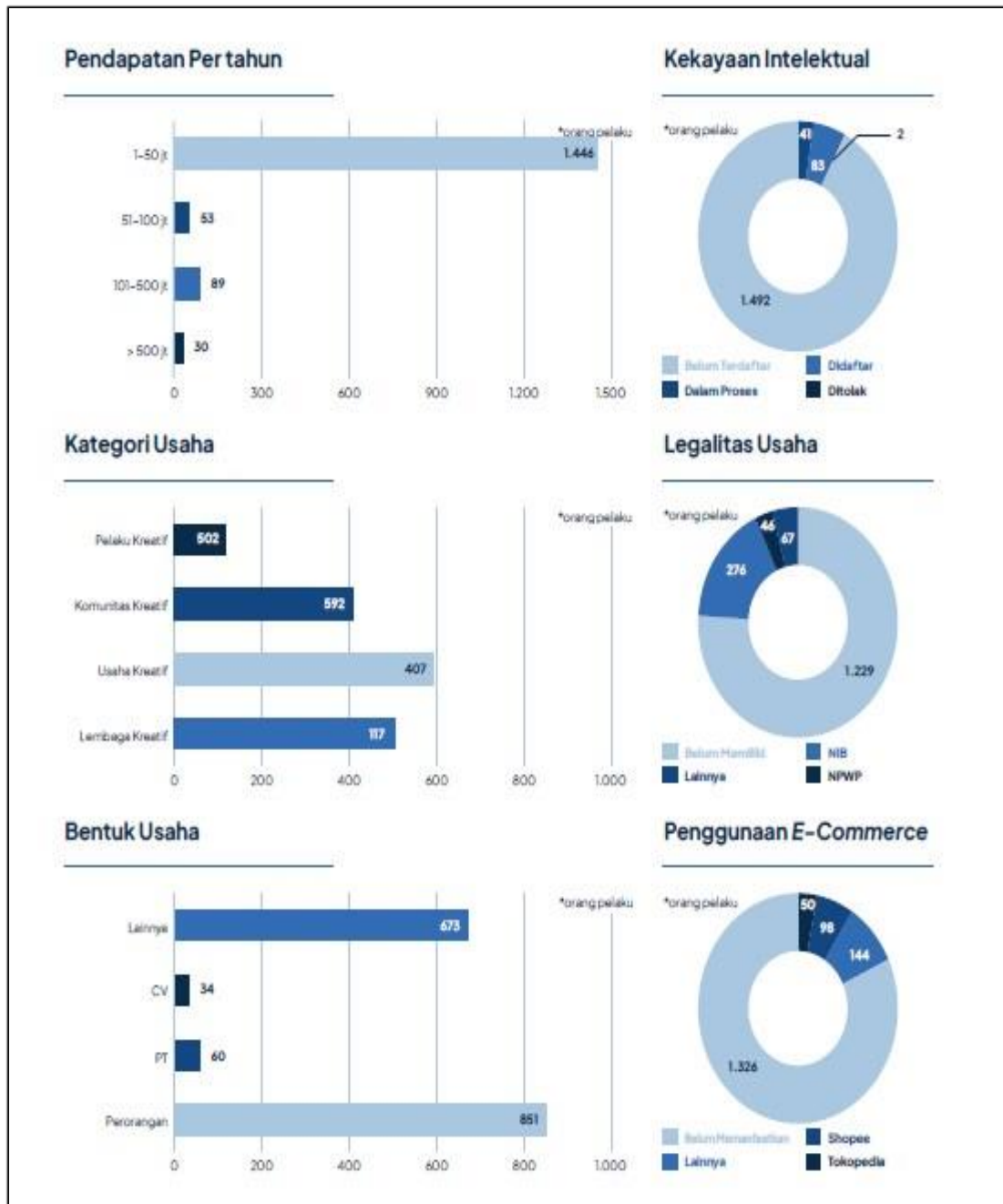
- f. Potensi Ekspor
- g. Pembayaran Digital
- h. Jenis Hasil Produk
- i. Klasifikasi Buku Lapangan Usaha
- j. Pelatihan
- k. Dll

Gambar 2.8
Ekonomi Kreatif Dalam Angka



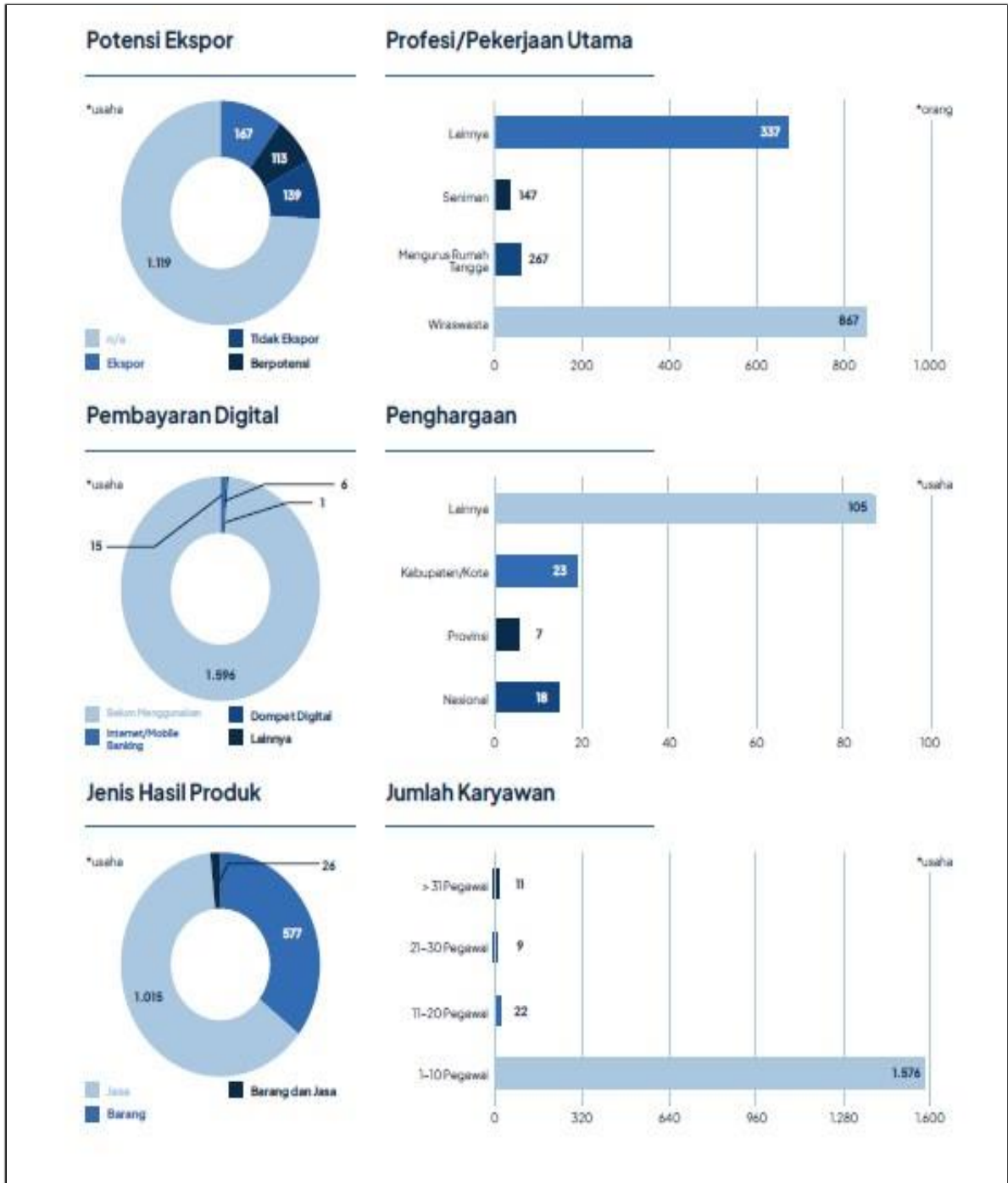
Sumber : Buku Profil Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Tahun 2023

Gambar 2.9
Ekonomi Kreatif Dalam Angka (lanjutan)



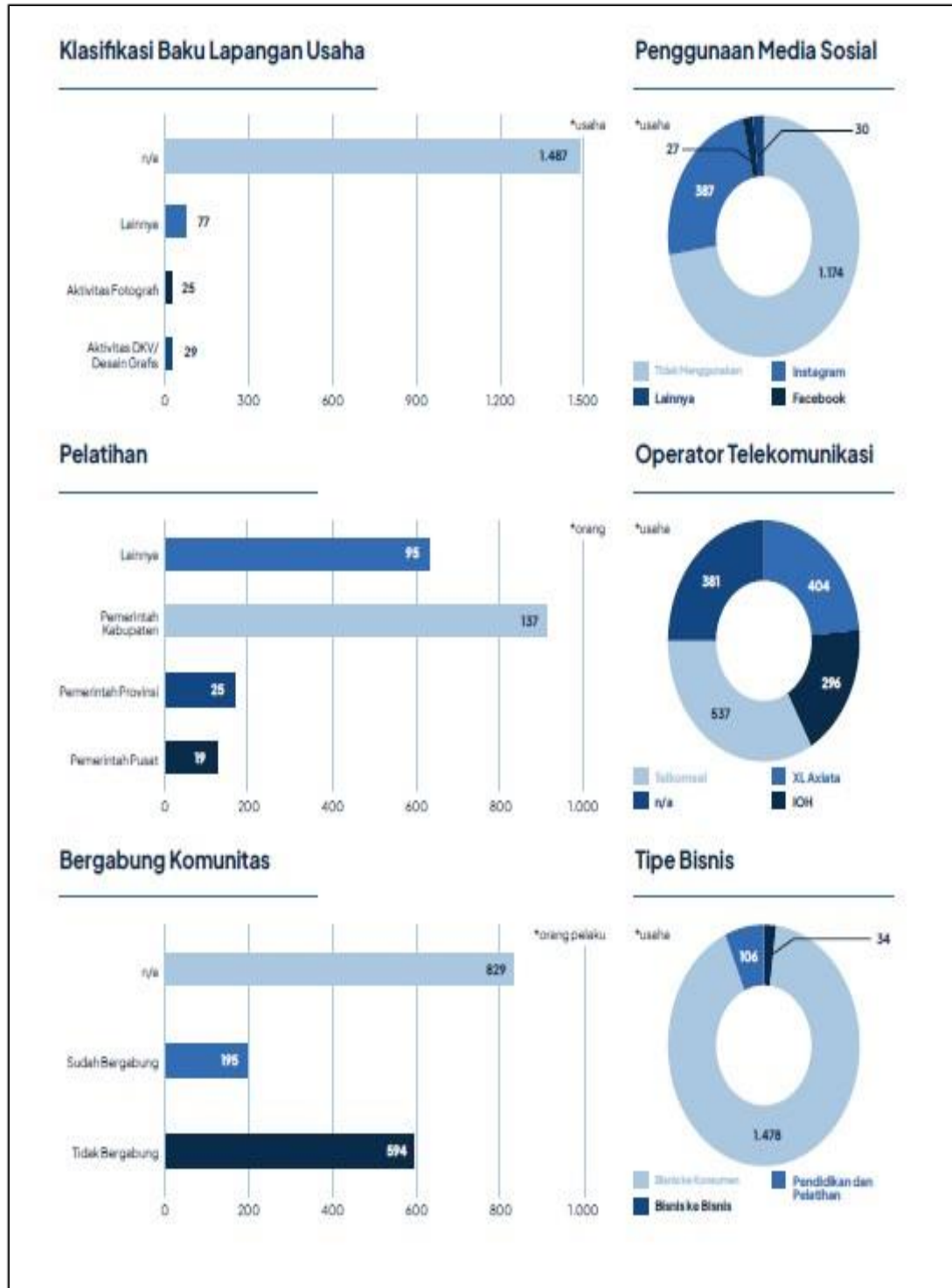
Sumber : Buku Profil Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Tahun 2023

Gambar 2.10
Ekonomi Kreatif Dalam Angka (lanjutan)



Sumber : Buku Profil Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Tahun 2023

Gambar 2.11
Ekonomi Kreatif Dalam Angka (lanjutan)



Sumber : Buku Profil Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Tahun 2023

5. Kegiatan Pengembangan Ekonomi Kreatif

1. Gelar Produk Kreatif/Ramadhan Festival

Gelar Festival Ramadan sebagai upaya pemulihan ekonomi masyarakat menjelang Lebaran. Digelar di Alun-Alun Lembang pada 9-10 April 2024 dan menghadirkan 30 stand pelaku ekonomi kreatif. Bupati Hengki Kurniawan membuka acara tersebut yang menampilkan aneka produk kreatif dan dimeriahkan penampilan artis lokal

m. Event Kreatif Pasanggiri Mojang Jajaka

Pasanggiri Mojang Jajaka Kabupaten Bandung Barat 2023 mempertandingkan 10 gelar juara untuk peserta milenial usia 17-23 tahun. Grand Final dihadiri Bupati Hengky Kurniawan dan diikuti 32 finalis dari 16 kecamatan. Abyaz Rasya dan Tiara Syifa terpilih sebagai pemenang, setelah menjalani seleksi selama tiga bulan

n. Pelatihan Desain Kemasan dan Teknik Pengemasan

Pelatihan desain kemasan dan teknik pengemasan produk UMKM kreatif. Diikuti 30 peserta, pelatihan ini bertujuan meningkatkan daya tawar dan nilai tambah produk lewat desain kemasan yang menarik. Narasumber kompeten hadir untuk memberi pemahaman akan pentingnya kemasan dalam memasarkan produk

o. Lomba Video *Explore* Bandung Barat 2023

Lomba Video *Explore* Bandung Barat dengan tema "*Beauty of Priangan*". Video kreatif pariwisata dan ekonomi kreatif diunggah ke media sosial. Pemenang ditentukan dewan juri profesional. Juara 1 Ari Rusmana, juara 2 Iqbal

Gumilar, juara 3 Adi Putra. Bupati berharap semangat terus mempromosikan wisata Bandung Barat.

p. Pitch & Match Usaha Dukungan Keuangan (UDUNAN)

UDUNAN (Usaha Dukungan Keuangan) memfasilitasi UKM sektor ekonomi kreatif mengakses pendanaan untuk pengembangan usaha. 34 peserta mengikuti coaching dan Pitch & Match dengan investor. Pemenang: Rentalaja, The Artisan Eatflowers, Sugar Suvenir. 14 UKM mendapat minat dari 9 investor UDUNAN.

q. Fashion Show Karya Kreatif Jawa Barat & Pekan Kerajinan 2023

Karya Kreatif Jawa Barat & Pekan Kerajinan Jawa Barat (KKJ-PKJB) 2023 adalah event tahunan yang diadakan oleh Kanwil Bank Indonesia Jabar dan Dekranasda Jabar. Event ini menggelar showcase produk UMKM premium asal Jawa Barat dan berbagai atraksi budaya, fashion show, dan kegiatan lainnya.

r. Pengembangan Desa Kreatif

Pengembangan desa kreatif di Desa Cibodas dan Desa Kertajaya melalui identifikasi potensi, kerja sama, pelatihan penguatan kapasitas pelaku usaha, dan pendampingan pengembangan produk kreatif lokal, serta fasilitasi KI juga pembiayaan. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa lewat pemanfaatan potensi ekonomi kreatif.

F. Implikasi Pengaturan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat

Sektor ekonomi kreatif merupakan pilar penting dalam perekonomian masa depan dan memiliki potensi yang tinggi. Pada tahun 2023, Pemerintah Kabupaten Bandung Barat berusaha keras dalam menghadapi tantangan ekonomi digital dan mengembangkan ekonomi kreatif. Dalam menghadapi tantangan ekonomi digital, pemerintah Kabupaten Bandung Barat bersedia untuk melakukan pengembangan ekonomi kreatif yang lebih inovatif dan berpusat pada penggunaan teknologi.

Pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat akan terus didorong melalui berbagai kegiatan. Pengembangan ekonomi kreatif juga didorong melalui pedesaan, agar desa di Bandung Barat dapat menjadi Desa Kreatif. Desa Kreatif ini dibangun berbasiskan potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat dalam menghasilkan karya kreatif untuk mencapai visi Kabupaten Bandung Barat menjadi daerah yang mandiri, berdaya saing tinggi dan sejahtera berbasis masyarakat madani.

Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi industri kreatif yang cukup besar terutama di bidang kuliner, kriya, dan fashion. Akan tetapi, potensi tersebut belum dikembangkan secara maksimal. Jumlah pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2021, tercatat sebanyak 8.796 pelaku ekonomi kreatif yang tersebar di 165 desa dan 16 kecamatan. Pembuatan buku profil ini bertujuan untuk mendokumentasikan perkembangan sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.

Salah satu bentuk peran pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah perlunya menetapkan kebijakan yang

mendukung pengembangan industri kreatif di Kabupaten Bandung Barat melalui penyusunan Raperda tentang Pengembangan ekonomi kreatif.

Pada hakikatnya implikasi dari diaturnya pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat tidak lain yakni untuk mengisi kekosongan hukum terkait pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat. Adapun mengenai tujuan dari pada pengembangan ekonomi kreatif, sebagai berikut:

- a. mendorong seluruh aspek Ekonomi Kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat, dan perubahan lingkungan perekonomian global;
- b. meningkatkan daya saing dan kreativitas pengusaha dan Pelaku Ekonomi Kreatif;
- c. meningkatkan daya saing, pertumbuhan, keragaman dan kualitas Industri Kreatif;
- d. membuka lapangan pekerjaan serta menurunkan angka kemiskinan;
- e. mendorong warisan budaya yang ada di Daerah sebagai potensi ekonomi serta menjadi sarana pelestarian budaya;
- f. meningkatkan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya alam bagi Industri Kreatif secara berkelanjutan; dan
- g. mendorong dan mengembangkan industri Pariwisata dan iklim investasi

BAB III

EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG- UNDANGAN YANG BERKAITAN DENGAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

Sistem hukum nasional merupakan sistem hukum yang berlaku di Indonesia dengan semua unsur yang saling menunjang antara satu dengan yang lain dalam rangka mengantisipasi dan mengatasi permasalahan yang timbul dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara dengan berpedoman pada Pancasila dan UUD 1945. Sistem regulasi daerah yang kuat jelas akan berimplikasi kepada sistem regulasi nasional. Penguatan regulasi daerah nantinya juga akan menguatkan tujuan hukum itu sendiri yakni untuk mencapai keadilan (*gerechtigheit*) kemanfaatan (*zweck-massigkeit*) dan untuk memberikan kepastian (*rechtssicherheit*).⁴⁸ Peraturan Daerah sebagai aturan hukum dalam pembentukannya perlu memperhatikan prinsip-prinsip keabsahan, prinsip keabsahan ini akan terkait dengan dua hal penting yaitu kewenangan dan prosedur keberlakuan hukum.⁴⁹

Pembentukan Peraturan Perundang-undangan adalah pembuatan Peraturan Perundang-undangan yang mencakup tahapan perencanaan, penyusunan, pembahasan, pengesahan atau penetapan, dan pengundangan.⁵⁰ Sedangkan Pembentukan Produk Hukum Daerah adalah pembuatan peraturan perundang-undangan daerah yang mencakup tahapan perencanaan, penyusunan,

⁴⁸ Arfan Faiz M., *Reposisi Lembaga Pendidikan Hukum dalam Proses Legislasi di Indonesia*, Jurnal Konstitusi Mahkamah Agung Republik Indonesia, Vol. 6., Nomor 2, Juli 2009, hlm. 146

⁴⁹ Jimly Asshiddiqie, *Peraturan Daerah sebagai Bagian Integral dari Peraturan Perundang-Undangan dalam Negara Hukum Republik Indonesia*, Jurnal Legislasi Daerah, Edisi I Januari-April 2010, DPRD Provinsi Jawa Timur, hlm. 12.

⁵⁰ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan.

pembahasan, pengesahan atau penetapan, pengundangan, dan penyebarluasan.⁵¹

Seiring dengan pilar utama negara hukum, yaitu asas legalitas (*legaliteitsbeginsel* atau *het beginsel van wetmatigheid van bestuur*), maka berdasarkan prinsip tersebut, wewenang pemerintahan berasal dari peraturan perundang-undangan, artinya sumber wewenang bagi pemerintah adalah peraturan perundang-undangan.⁵² Kewenangan seseorang atau badan hukum pemerintah untuk melakukan suatu tindakan pemerintahan dapat diperoleh dari peraturan perundang-undangan baik secara langsung (atribusi) ataupun pelimpahan (delegasi dan sub delegasi) serta atas dasar penugasan (mandat).⁵³

Untuk menghasilkan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat yang baik, dan untuk menghindari terjadinya Peraturan Daerah yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi, maka melalui Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, dilakukan langkah inventarisasi peraturan perundang-undangan yang terkait dengan kewenangan pemerintahan daerah dalam membentuk Peraturan Daerah, administrasi pemerintahan, pelayanan publik, dan pengembangan ekonomi kreatif, serta peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai pembentukan peraturan perundang-undangan perundang-undangan, dimana kemudian peraturan perundang-undangan tersebut dievaluasi dan dianalisis untuk dijadikan

⁵¹ Pasal 1 angka 17 Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 120 Tahun 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah.

⁵² Ridwan HR., *Op. Cit.*, hlm. 101.

⁵³ Sjachran Basah, *Eksistensi dan Tolok Ukur Badan Peradilan Administrasi di Indonesia*, Alumni, Bandung, 1985, hlm. 7.

sebagai pedoman atau acuan dalam proses penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Evaluasi dan analisis terhadap beberapa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan positif pada pengaturan pengembangan ekonomi kreatif yang dituangkan ke dalam substansi atau materi muatan Draft Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Adapun beberapa ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, yang dapat dijadikan sebagai pedoman atau acuan dalam proses penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, antara lain sebagai berikut:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Amandemen Ke-4

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 Bandung Barat 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*).

2. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;

Ekonomi kreatif dan UMKM menjadi suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dan saling berhubungan. Para pelaku usaha dituntut untuk menemukan inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan usahanya. UMKM perlu melakukan inovasi mulai dari produk, pemasaran, distribusi, hingga sistem lainnya.

Sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Pengertian Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Selanjutnya, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kemudian, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Dalam Pasal 2, disebutkan dalam UU ini bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berasaskan: a) kekeluargaan, b) demokrasi ekonomi, c) kebersamaan, d) efisiensi berkeadilan, e) berkelanjutan, f) berwawasan lingkungan, g) kemandirian, h) keseimbangan kemajuan, dan i) kesatuan ekonomi nasional.

Kemudian pada Pasal 3 disebutkan bahwa tujuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Prinsip dan tujuan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sesuai UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu: Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.
2. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha, Mikro, kecil dan menengah.
4. Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Adapun Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

3. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

Sejatinya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan 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 Preside Joko Widodo dengan membentuk Badan Ekonomi Kreatif melalui Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 pada bulan Januari 2015, maka barulah positionong ekonomi kreatif menguat.

Dalam Pasal 3 UU ini disebutkan bahwa kepariwisataaan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan

kesejahteraan rakyat. Selanjutnya Pasal 4 menyatakan bahwa Kepariwisataaan bertujuan untuk:

- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- c. menghapus kemiskinan;
- d. mengatasi pengangguran;
- e. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. memajukan kebudayaan;
- g. mengangkat citra bangsa;
- h. memupuk rasa cinta tanah air;
- i. memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- j. mempererat persahabatan antarbangsa

Berdasarkan ketentuan tersebut, UU Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan ini sangat erat kaitannya dengan pengembangan ekonomi kreatif, koperasi, dan UMKM. Sehingga potensi-potensi kepariwisataaan bisa dimaksimalkan dalam mengembangkan berbagai aspek usaha tersebut. Para pelaku usaha ekonomi kreatif, koperasi, dan UMKM banyak yang bergerak di sektor pariwisata. Hal ini mendorong potensi yang sangat besar untuk berkembang. Potensi tersebut berdasarkan banyaknya jumlah objek wisata di Indonesia dan bisa menarik wisatawan domestik maupun luar negeri. Para pelaku usaha kreatif dan UMKM di industri pariwisata bisa bergabung dalam naungan satu wadah koperasi.

Dalam Pasal 6 UU Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, menyatakan bahwa Pembangunan kepariwisataaan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana

dimaksud dalam Pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Dalam hal ini hubungan ekonomi kreatif dengan pariwisata, saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui pariwisata, maka kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya.

Dengan demikian, jika kita rinci dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, maka tidak muncul nomenkatur yang namanya ekonomi kreatif. Namun demikian, mengingat ekonomi kreatif merupakan kegiatan nilai tambah kekayaan intelektual, maka hasilnya cukup banyak berkenaan dengan kegiatan Kepariwisata. Bahkan dalam UU No. 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, berkenaan dengan industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata yang diatur dalam Pasak 9 UU No. 10 Tahun 2009 perlu didekati dengan perspektif ekonomi kreatif.

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

Jenis Urusan Pemerintahan Konkuren secara eksplisit telah diatur dalam ketentuan Pasal 12 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah diubah beberapakali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, yang menyatakan sebagai berikut:

- (1) Urusan Pemerintahan Wajib yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) meliputi:
 - a. pendidikan;
 - b. kesehatan;
 - c. pekerjaan umum dan penataan ruang;
 - d. perumahan rakyat dan kawasan permukiman;
 - e. ketenteraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat; dan
 - f. sosial.
- (2) Urusan Pemerintahan Wajib yang tidak berkaitan dengan Pelayanan Dasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (2) meliputi:
 - a. tenaga kerja;
 - b. pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak;
 - c. pangan;
 - d. pertanahan;
 - e. lingkungan hidup;
 - f. administrasi kependudukan dan pencatatan sipil;
 - g. pemberdayaan masyarakat dan Desa;
 - h. pengendalian penduduk dan keluarga berencana;
 - i. perhubungan;
 - j. komunikasi dan informatika;
 - k. koperasi, usaha kecil, dan menengah;
 - l. penanaman modal;
 - m. kepemudaan dan olah raga;
 - n. statistik;
 - o. persandian;

- p. kebudayaan;
 - q. perpustakaan; dan
 - r. kearsipan.
- (3) Urusan Pemerintahan Pilihan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1) meliputi:
- a. kelautan dan perikanan;
 - b. pariwisata;**
 - c. pertanian;
 - d. kehutanan;
 - e. energi dan sumber daya mineral;
 - f. perdagangan;
 - g. perindustrian; dan
 - h. transmigrasi.

Pengembangan Ekonomi Kreatif merupakan merupakan salah satu sub-urusan pemerintahan bidang pariwisata yang menjadi urusan Pemerintahan Pilihan sebagaimana tercantum dalam Pasal 12 ayat (3) huruf b dan Lampiran Z Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, dinyatakan bahwa adapun yang menjadi kewenangan daerah kabupaten/kota Bidang Pariwisata, dengan sub urusan sebagai berikut:

- a. Destinasi Wisata**
 - 1) Pengelolaan daya tarik wisata kabupaten/kota.
 - 2) Pengelolaan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota
 - 3) Pengelolaan destinasi pariwisata kabupaten/kota
 - 4) Penetapan tanda daftar usaha pariwisata kabupaten/kota
- b. Pemasaran Pariwisata**

“Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota”
- c. Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Pemanfaatan dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual**

“Penyediaan prasarana (zona kreatif/ruang kreatif/kota kreatif) sebagai ruang berekspresi, berpromosi dan

berinteraksi bagi insan kreatif di daerah kabupaten/kota”

d. Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

“Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar”.

Dengan demikian, pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif merupakan wujud kebijakan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat yang tertuang dalam Peraturan perundang-undangan di daerah, dengan memperhatikan wewenang Pemerintah Kabupaten/Kota yang diatur dalam Undang-Undang 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

5. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Budaya

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan diundangkan didasarkan dari keberagaman Kebudayaan daerah yang merupakan kekayaan dan identitas bangsa yang sangat diperlukan untuk memajukan Kebudayaan Nasional Indonesia di tengah dinamika perkembangan dunia. Sehingga untuk memajukan Kebudayaan Nasional Indonesia, diperlukan langkah strategis berupa upaya Pemajuan Kebudayaan melalui Pelindungan, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Pembinaan guna mewujudkan masyarakat Indonesia yang berdaulat secara politik, berdikari secara ekonomi, dan berkepribadian dalam Kebudayaan.

Disebutkan dalam pasal 1 ayat (1) menyatakan bahwa Pemajuan Kebudayaan adalah upaya meningkatkan ketahanan budaya dan kontribusi budaya Indonesia di tengah peradaban dunia melalui Pelindungan, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Pembinaan Kebudayaan. Hubungannya dengan pengaturan peraturan daerah ini, bahwa pemajuan kebudayaan berkaitan langsung dengan sektor ekonomi kreatif, koperasi, dan UMKM.

Keragaman budaya Indonesia yang tinggi dapat menjadi sumber inspiratif terhadap perkembangan Industri Kreatif di Tanah Air. Industri kreatif Indonesia harus berkembang dengan landasan ragam budaya yang dimiliki. Hal ini, dapat menjadi sumber potensial dalam kemajuan perekonomian dari banyaknya, unik, dan berfariasinya hasil kebudayaan Indonesia. Dalam kebudayaan lokal ada yang disebut dengan kearifan lokal yang menjadi nilai-nilai bermakna, antara lain, diterjemahkan ke dalam bentuk fisik berupa produk kreatif daerah setempat. Ekonomi kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dimensi budaya. Ide-ide kreatif yang muncul adalah Produk budaya. Oleh sebab itu, strategi kebudayaan sangat menentukan arah ekonomi kreatif di suatu daerah, khususnya di Provinsi Banten. Oleh karena itu, upaya dalam mengolah warisan leluhur tersebut harus terus ditingkatkan, agar banyak memberikan dampak yang luas, tidak hanya pada masyarakat lokal namun internasional, serta memberikan dampak ekonomi yang luas, sekaligus turut melestarikan warisan budaya.

Undang-Undang 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 Bandung Barat.

Dengan demikian, Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif-pun didasarkan pada nilai kebudayaan sebagai ciri khas Kabupaten Bandung Barat, sehingga diharapkan memiliki keunikan ataupun tidak boleh melupakan nilai luhur kebudayaan Kabupaten Bandung Barat.

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

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif disingkat UUEK. ini sebagai keinginan Pemerintah mendorong masyarakat berpikir lebih kreatif dalam mencari peluang-peluang bisnis. Hal ini tentunya tidak lain aga tingkat kesejahteraan masyarakat luas lebih meningkat dan berdaya saing.

Hadirnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dianggap belum cukup dalam meningkatkan stimulus ekonomi masyarakat pada golongan mikro, kecil dan menengah termasuk masa sekarang ini melalui produktivitas kaum milineal. Ekonomi kreatif sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 1 UUEK, menyebutkan:

Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.

Ruang lingkup pengembangan EK yang dilakukan Pemerintah dan Pemerintah Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 10, berbunyi:

“Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dilakukan melalui”:

- a. pengembangan riset;
- b. pengembangan pendidikan;
- c. fasilitasi pendanaan dan pembiayaan;
- d. penyediaan infrastruktur;
- e. pengembangan sistem pemasaran;
- f. pemberian insentif;
- g. fasilitasi kekayaan intelektual; dan
- h. perlindungan hasil kreativitas

Ad. 1 Pengembangan Riset (Pasal 11)

- (1) Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah bertanggung jawab terhadap pengembangan riset Ekonomi Kreatif.
- (2) Pengembangan riset sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan oleh lembaga penelitian dan pengembangan, perguruan tinggi, dan/atau masyarakat.
- (3) Hasil pengembangan riset sebagaimana dimaksud pada ayat (2) digunakan sebagai pembuatan kebijakan di bidang Ekonomi Kreatif.
- (4) Pengembangan riset Ekonomi Kreatif sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.

Ad. 2 Pengembangan Pendidikan

Pasal 12

Sistem pengembangan pendidikan Ekonomi Kreatif disusun untuk menciptakan dan meningkatkan kualitas Pelaku Ekonomi Kreatif yang mampu bersaing dalam skala global.

Pasal 13

Pendidikan kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan di bidang Ekonomi Kreatif dikembangkan berdasarkan sistem pendidikan nasional melalui:

- a. intrakurikuler, kokurikuler, atau ekstrakurikuler dalam jalur pendidikan formal; dan
- b. intrakurikuler dan kokurikuler dalam jalur pendidikan nonformal.

Ad. 3 Fasilitas Pendanaan dan Pembiayaan (14-18)

Pasal 14

Pendanaan untuk kegiatan Ekonomi Kreatif bersumber dari:

- a. anggaran pendapatan dan belanja negara;
- b. anggaran pendapatan dan belanja daerah; dan/atau
- c. dana lainnya yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 15

- (1) Pembiayaan Ekonomi Kreatif bersumber dari:
 - a. anggaran pendapatan dan belanja negara;
 - b. anggaran pendapatan dan belanja daerah; dan/atau
 - c. sumber lainnya yang sah.
- (2) Pembiayaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b disalurkan melalui lembaga keuangan bank dan nonbank.

- (3) Pembiayaan yang bersumber dari sumber lainnya yang sah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c tidak mengikat dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 16

- (1) Pemerintah memfasilitasi skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual bagi Pelaku Ekonomi Kreatif.
- (2) Ketentuan mengenai skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah

Pasal 17

Selain memfasilitasi skema pembiayaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16, Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat mengembangkan sumber pembiayaan alternatif di luar mekanisme lembaga pembiayaan.

Pasal 18

- (1) Dalam pengembangan Ekonomi Kreatif, Pemerintah atau Pemerintah Daerah dapat membentuk Badan Layanan Umum.
- (2) Pembentukan Badan Layanan Umum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ad. 4 Penyediaan Infrastruktur

Pasal 19

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah mendorong tersedianya infrastruktur Ekonomi Kreatif yang memadai untuk Ekonomi Kreatif.

Pasal 20

Infrastruktur Ekonomi Kreatif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 terdiri atas:

- a. infrastruktur fisik; dan
- b. infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi

Ad. 5 Pengembangan Sistem Pemasaran

Pasal 21

- (1) Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan sistem pemasaran produk Ekonomi Kreatif berbasis kekayaan intelektual.
- (2) Ketentuan mengenai fasilitasi pengembangan sistem pemasaran produk Ekonomi Kreatif berbasis kekayaan intelektual sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Ad. 6 Pemberian Insentif

Pasal 22

- (1) Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat memberikan insentif kepada Pelaku Ekonomi Kreatif.
- (2) Insentif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa:
 - a. fiskal; dan/atau
 - b. nonfiskal
- (3) Pemberian insentif sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Ad. 7 Fasilitasi Kekayaan Intelektual

Pasal 23

- (1) Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah memfasilitasi pencatatan atas hak cipta dan hak terkait serta pendaftaran hak kekayaan industri kepada Pelaku Ekonomi Kreatif.
- (2) Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah memfasilitasi pemanfaatan kekayaan intelektual kepada Pelaku Ekonomi Kreatif.
- (3) Fasilitasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ad. 8 Pelindungan Hasil Kreatifitas

Pasal 24

- (1) Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah melindungi hasil kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif yang berupa kekayaan intelektual.

- (2) Pelindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Ad. 9 Rencana Induk Ekonomi Kreatif

Pasal 25

- (1) Ekonomi Kreatif dilaksanakan berdasarkan Rencana Induk Ekonomi Kreatif
- (2) Rencana Induk Ekonomi Kreatif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disusun oleh Pemerintah.
- (3) Rencana Induk Ekonomi Kreatif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan bagian integral dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional.
- (4) Rencana Induk Ekonomi Kreatif paling sedikit memuat:
 - a. 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.
- (5) Rencana Induk Ekonomi Kreatif disusun untuk jangka waktu 20 (dua puluh) tahun dan dapat ditinjau kembali setiap 5 (lima) tahun.
- (6) Ketentuan lebih lanjut mengenai Rencana Induk Ekonomi Kreatif diatur dengan Peraturan Presiden.

Pasal 26

- (1) Pengembangan Ekonomi Kreatif dituangkan dalam Rencana Induk Ekonomi Kreatif dan dijadikan sebagai pedoman bagi Pemerintah dan Pemerintah Daerah.
- (2) Pengembangan Ekonomi Kreatif di daerah diintegrasikan ke dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah

Pasal 27

Dalam mengembangkan Ekonomi Kreatif, Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, dan/atau media.

Pasal 28

- (1) Dalam mengembangkan Ekonomi Kreatif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27, Pemerintah

dan/atau Pemerintah Daerah dapat melakukan kerja sama internasional.

- (2) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

7. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

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 berbasisi 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.

Ruang lingkup pengaturan terkait ekonomi kreatif dalam PP ini meliputi:

- a. Pembiayaan Ekonomi Kreatif

Pembiayaan ekonomi kreatif bersumber dari:

- 1) Anggaran pendapatan dan belanja negara, yang dilaksanakan sesuai dengan kemampuan keuangan negara dan disalurkan melalui lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank;
 - 2) Anggaran pendapatan dan belanja daerah, yang dilaksanakan sesuai dengan kemampuan keuangan daerah dan disalurkan melalui lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank;
 - 3) Sumber lainnya yang sah
- b. Fasilitasi pengembangan sistem pemasaran produk ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual

Pemerintah dan/atau pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan Sistem Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual. Sistem Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual dilakukan melalui:

- 1) Lisensi
- 2) Waralaba
- 3) Alih teknologi
- 4) Jenama bersama
- 5) Pengalihan hak dan/atau
- 6) Bentuk Kemitraan lain

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat mengembangkan Sistem Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual lainnya berdasarkan kearifan lokal.

Fasilitasi yang diberikan Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat berupa:

- 1) Bimbingan teknis;
- 2) Pelayanan perizinan berusaha dan/atau pendaftaran terintegrasi secara elektronik;
- 3) Akses dan/atau bantuan pembiayaan;
- 4) Pelayanan informasi/konsultasi usaha;
- 5) Bantuan promosi pemasaran;
- 6) Penyediaan sistem manajemen kolektif digital;
- 7) Akses pemasaran;
- 8) Inkubasi pemasaran melalui lembaga yang ditunjuk;
- 9) Pendampingan penghitungan penilaian kekayaan intelektual;
- 10) Layanan bantuan dan pendampingan hukum;

c. **Infrastruktur Ekonomi Kreatif**

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah mendorong tersedianya infrastruktur Ekonomi Kreatif yang memadai untuk Ekonomi Kreatif. Infrastruktur Ekonomi Kreatif terdiri atas:

1) **Infrastruktur fisik**

Infrastruktur fisik merupakan ruang fisik dan/atau sarana fisik yang mendukung pelaksanaan sebagian dan/atau seluruh ekonomi Ekonomi Kreatif.

2) **Infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi**

Infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi merupakan sarana berupa teknologi untuk

menyiapkan, mengumpulkan, memproses, menganalisis, menyimpan, dan/atau mengumumkan dengan menyebarkan informasi.

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat mengembangkan infrastruktur Ekonomi Kreatif yang terintegrasi melalui pembangunan ruang kreatif. Ruang kreatif paling sedikit dilengkapi dengan sarana dan prasarana untuk:

- 1) Ruang pameran
- 2) Ruang pelatihan
- 3) Ruang kreativitas

Sarana dan prasarana dapat berbentuk fisik maupun virtual. Pengelolaan ruang kreatif dilakukan oleh unit pelaksana teknis Pemerintah Daerah atau dapat dikerjasamakan dengan pihak lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengelolaan ruang kreatif dilakukan secara profesional dan dapat dilakukan komersialisasi. Biaya pengelolaan ruang kreatif bersumber dari

- 1) APBN, yang dilaksanakan sesuai dengan kemampuan keuangan negara
- 2) APBD, yang dilaksanakan sesuai dengan kemampuan keuangan daerah.
- 3) sumber lainnya yang sah.

Komersialisasi dilakukan untuk kegiatan pihak lain yang menghasilkan keuntungan. Pemanfaatan ruang kreatif oleh pelaku ekonomi kreatif yang bersifat tidak

menghasilkan keuntungan tidak dibebankan biaya. Hasil komersialisasi ruang kreatif dapat digunakan sebagai dana pengembangan untuk ruang kreatif dan pelaksanaan penggunaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

d. Insentif bagi pelaku ekonomi kreatif

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat memberikan insentif kepada Pelaku Ekonomi Kreatif berupa:

- 1) Insentif fiskal
- 2) Insentif non fiskal

e. Tanggung jawab pemerintah dan/atau pemerintah daerah serta peran serta masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif

f. Penyelesaian sengketa pembiayaan

8. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018 – 2025

Perpres No. 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 Kabupaten adalah dalam bentuk pelaksanaan Reindekraf secara sinergis dengan pemerintah pusat, pemerintah daerah provinsi, kabupaten/kota, satuan pendidikan, pelaku usaha, komunitas kreatif, dan media komunikasi (Pasal 5). Kemudian terdapat juga kewajiban bagi

Bupati/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.

BAB IV

LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS DALAM PEMBENTUKAN RANCANGAN PERATURAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT TENTANG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

Dalam teori peraturan perundang-undangan, terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi agar suatu peraturan perundang-undangan dikatakan baik. Demikian halnya dalam proses penyusunan peraturan perundang-undangan daerah pun haruslah memenuhi persyaratan pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik.

Berkaitan dengan syarat yang harus dipenuhi dalam proses pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik, dalam hal ini seorang ahli Jazim Hamidi mengemukakan bahwa ada 4 (empat) syarat, sebagai berikut:⁶²

1. Landasan Filosofis (*Filosofische Grondslag*). Suatu perumusan peraturan perundang-undangan harus mendapatkan pembenaran (*rechtvaardiging*) yang dapat diterima jika dikaji secara filosofis. Pembenaran itu harus sesuai dengan cita-cita kebenaran (*idee der waarheid*), dan cita-cita keadilan (*idee der gerechtigheid*) dan cita-cita kesusilaan (*idee der zedelijkheid*).
2. Landasan Sosiologis (*Socologische Grondslag*). Suatu peraturan perundang-undangan harus sesuai dengan keyakinan umum atau kesadaran hukum masyarakat. Oleh karena itu, hukum yang dibentuk harus sesuai dengan hukum yang hidup (*living law*) di masyarakat.
3. Landasan Yuridis (*Rechtsgrond*). Suatu peraturan perundang-undangan harus mempunyai landasan hukum atau dasar hukum atau legalitas yang

⁶² Jazim Hamidi dan Budiman NPD Sinaga, *Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Dalam Sorotan*, Tatanusa, Jakarta, 2005, hlm. 7-8.

terdapat dalam ketentuan lain yang lebih tinggi. Landasan yuridis dapat dibedakan menjadi dua sebagai berikut:

- (i) Landasan Yuridis yang beraspek Formal, berupa ketentuan yang memberikan wewenang (*bevoegheid*) kepada suatu lembaga untuk membentuknya; dan
 - (ii) Landasan Yuridis yang beraspek Material, berupa ketentuan tentang masalah atau persoalan yang harus diatur.
4. Landasan Politis, Ekologis, Medis, Ekonomis, dan lain-lain menyesuaikan dengan jenis atau objek yang diatur oleh peraturan perundang-undangan. Terdapat suatu pertimbangan lainnya yang perlu dipertimbangkan oleh pembuat peraturan perundang-undangan yaitu pada dasarnya sebuah peraturan perundang-undangan itu dibuat harus didukung dengan data riset yang akurat (sering disebut pembuatan peraturan perundang-undangan yang berbasis riset).

Kemudian menurut Jimly Asshiddiqie, mengemukakan pendapatnya sebagai berikut:⁶³

“Bagi setiap norma hukum yang baik selalu dipersyaratkan adanya 5 (lima) landasan keberlakuan. Kelima landasan dimaksud adalah landasan yang bersifat filosofis, sosiologis, politis, dan landasan yuridis, serta landasan yang bersifat administratif. Empat landasan pertama, yaitu landasan filosofis, sosiologis, politis, dan yuridis bersifat mutlak, sedangkan landasan terakhir, yaitu landasan administratif dapat bersifat fakultatif. Mutlak, artinya harus selalu ada dalam setiap undang-undang. Sedangkan landasan administratif tidak mutlak harus selalu ada. Dicantumkan tidaknya landasan administratif itu tergantung kepada kebutuhan. Bahkan, kadang-kadang landasan filosofis juga tidak dibutuhkan secara mutlak. Misalnya, UU tentang Pembentukan Pengadilan Tinggi, dapat juga dibentuk tanpa landasan filosofis. Untuk undang-undang seperti ini dianggap cukup diperlukan landasan

⁶³ Jimly Asshiddiqie, *Op. Cit.*, hlm. 169-170.

yuridis dan sosiologis saja, karena pembentukan Pengadilan Tinggi hanya bersifat administratif”.

Ditinjau dari aspek pembentukan peraturan perundang-undangan daerah, Pipin Syarifin dan Dedah Jubaedah, mengemukakan 4 (empat) landasan dalam pembuatan kerangka peraturan perundang-undangan di bidang pemerintahan daerah, yakni sebagai berikut:⁶⁴

1. Landasan Filosofis, adalah dasar filsafat, yaitu pandangan atau *ide* yang menjadi dasar cita-cita sewaktu menuangkan hasrat dan kebijaksanaan (Pemerintahan) ke dalam suatu rancangan peraturan perundang-undangan pemerintahan daerah.
2. Landasan Yuridis, adalah ketentuan hukum yang menjadi dasar hukum (*rechtsgrond*) untuk pembuatan suatu peraturan pemerintahan daerah.
Landasan Yuridis ini ada tiga segi, sebagai berikut:
 - a) Landasan yuridis dari segi formal, yaitu landasan yuridis yang memberi kewenangan bagi instansi tertentu untuk membuat peraturan tertentu.
 - b) Landasan yuridis dari segi material, yaitu landasan yuridis segi isi atau materi sebagai dasar hukum untuk mengatur hal-hal tertentu.
 - c) Landasan yuridis dari segi teknis yaitu landasan yuridis yang memberi kewenangan bagi instansi tertentu untuk membuat peraturan tertentu mengenai tata cara pembentukan undang-undang tersebut.
3. Landasan Politis, adalah garis kebijaksanaan politik yang menjadi dasar bagi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan pengarahan ketatalaksanaan pemerintahan negara dan pemerintahan daerah.

⁶⁴ Pipin Syarifin dan Dedah Jubaedah, *Op. Cit.*, hlm. 33-35.

4. Landasan Sosiologis adalah garis kebijakan sosiologis yang menjadi dasar selanjutnya bagi kebijaksanaan.

Secara normatif, dalam Lampiran Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan telah mengatur mengenai 3 (tiga) syarat yang harus dipenuhi agar menghasilkan peraturan perundang-undangan yang baik, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Landasan Filosofis

Landasan Filosofis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk 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.

2. Landasan Sosiologis

Landasan Sosiologis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek. Landasan sosiologis sesungguhnya menyangkut fakta empiris mengenai perkembangan masalah dan kebutuhan masyarakat dan negara.

3. Landasan Yuridis

Landasan yuridis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk untuk mengatasi permasalahan hukum atau mengisi kekosongan hukum dengan mempertimbangkan aturan yang

telah ada, yang akan diubah, atau yang akan dicabut guna menjamin kepastian hukum dan rasa keadilan masyarakat. Landasan yuridis menyangkut persoalan hukum yang berkaitan dengan substansi atau materi yang diatur sehingga perlu dibentuk Peraturan Perundang-Undangan yang baru. Beberapa persoalan hukum itu, antara lain, peraturan yang sudah ketinggalan, peraturan yang tidak harmonis atau tumpang tindih, jenis peraturan yang lebih rendah dari Undang-Undang sehingga daya berlakunya lemah, peraturannya sudah ada tetapi tidak memadai, atau peraturannya memang sama sekali belum ada.

Berdasarkan hal tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa ketiga landasan tersebut menjadi pedoman dalam penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat. Adapun mengenai landasan filosofis, landasan sosiologis, dan landasan yuridis, dalam proses penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat, antara lain:

A. Landasan Filosofis

Negara sebagai suatu kelembagaan yang dibentuk atas kehendak bersama rakyat agar memiliki kemampuan, kekuatan, dan kedaulatan sebagai bangsa. Salah satu tujuan dibentuknya negara adalah bagaimana rakyat dapat dihidup secara sejahtera. Terpenuhi kebutuhan pokok, adanya sistem ketertiban dan keamanan yang terjaga. Demikian pula dengan bangsa Indonesia secara tuntas dan final telah dirumuskan

dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945, yang intinya adalah Pancasila. Untuk mencapai tujuan negara republik Indonesia, maka dibentuklah suatu pemerintahan negara. Karena itu tujuan negara Republik Indonesia secara ideal hendak diwujudkan sebagaimana yang tercantum dalam Pembukaan UUD NRI Tahun 1945 pada alenia ke empat adalah:

1. Melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia;
2. Memajukan kesejahteraan umum;
3. Mencerdaskan kehidupan bangsa;
4. Ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Pengaturan tentang ekonomi kreatif diatur dalam Undang- Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Kehadiran undang-undang tersebut telah memberikan kewenangan dan kewajiban kepada pemerintah kabupaten/kota, dalam hal ini Kabupaten Bandung Barat. Dalam rangka melaksanakan pengembangan ekonomi kreatif di daerah. Demikian itu untuk mewujudkan amanah Konstitusi dan peraturan perundang-undangan yang terkait pemerintah daerah berkewajiban membuat produk hukum peraturan daerah berkenaan dengan pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah. Terkait dengan pembentukan Perda Kabupaten Bandung Barat yang mengatur tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, secara filosofis memang hal mendasar bukan hanya dalam ruang lingkup yang luas pada tingkat nasional saja adanya tanggungjawab pemerintah dalam menciptakan kesejahteraan, tetapi juga di daerah provinsi dan

kabupaten/kota. Dalam hal ini Daerah Kabupaten Bandung Barat.

B. Landasan Sosiologis

Secara teoritis, kajian sosiologi hukum adalah ilmu empiris, yang melihat pengalaman-pengalaman nyata dari orang-orang yang terlihat ke dalam dunia hukum, baik sebagai pengambil keputusan, sebagai praktisi hukum, maupun sebagai warga biasa. Sosiologi hukum adalah ilmu deskriptif, eksplanatoris dan membuat prediksi-prediksi.⁶⁵

Kebutuhan akan adanya Perda Kabupaten Bandung Barat yang mengatur tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, dalam pandangan sosiologi hukum, perda ini termasuk alat pengendalian sosial (*a tool of social control*), alat untuk mengubah masyarakat (*a tool of social engineering*), sarana untuk mewujudkan keadilan sosial lahir dan batin, dan sarana penggerak pembangunan.

Ekonomi kreatif diharapkan secara sosial kehidupan masyarakat Kabupaten Bandung Barat lebih kreatif membaca potensi dan mengimplementasikan kreatifitas sehingga dapat menghasilkan produk, sehingga mampu mengendalikan kesenjangan sosial khususnya masyarakat industri dengan masyarakat non industri tidak terlalu jauh.

Ekonomi Kreatif Bandung Barat merupakan lembaga yang dibentuk untuk mendorong kolaborasi pemangku kepentingan ekonomi kreatif dalam melahirkan kreatifitas dan

⁶⁵ Satjipto Rahardjo,. 2010. *Sosiologi Hukum*. Genta Publishing. Yogyakarta, halaman 13-14.

inovasi yang memberikan nilai tambah dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kabupaten Bandung Barat.

Sektor ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang bisa meningkatkan pendapatan masyarakat terutama pelaku UMKM. Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi sumber daya alam yang luar biasa untuk digali dan dikembangkan serta memiliki daya tarik wisata dan juga ekonomi kreatif yang sangat potensial. Terdapat 17 (tujuh belas) sektor unggulan di Kabupaten Bandung Barat, yakni kuliner, fashion, kriya, Televisi & Radio, Penerbitan, Arsitektur, Periklanan, Musik, Fotografi, Seni Pertunjukan, Desain Produk, Seni Rupa, Desain Interior-Film, Animasi-Video, DKV, Aplikasi, dan Game. Namun, potensinya cukup besar khususnya tiga sub sektor seperti kuliner, fashion, dan kriya. Keberadaan ekonomi kreatif sebagai sebuah penyokong perekonomian masyarakat.

Selain itu ekonomi kreatif diharapkan mampu merubah pola pikir masyarakat, dari pola pikir tradisional menjadi pola pikir tradisional modern yaitu dengan kreatif membaca berbagai peluang dengan tidak meninggalkan sifat budaya asalnya. Apalagi sekarang di era digital setiap orang diharapkan mampu membaca berbagai potensi dalam membangun ekonomi kreatif. Perda ini sebagai sarana atau alat dalam memberikan jaminan kepastian hukum atas adanya pemenuhan rasa keadilan sosial dari Pemerintah Kabupaten Bandung Barat terhadap warga masyarakat dalam berusaha secara mandiri sebagai pelaku ekonomi kreatif dan memperoleh hak-haknya berupa fasilitasi, pendanaan dan insentif.

Perda Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif tentu diharapkan kehidupan sosial ekonomi masyarakat Kabupaten Bandung Barat bisa lebih baik dan yang sosial masyarakatnya masih rendah bisa meningkat pula kesejahteraannya. Oleh karena itu Ekonomi Kreatif dibangun bukan hanya pada kalangan masyarakat yang mampu secara ekonomi tetapi juga harus mampu menyentuh pada masyarakat yang sosialnya menengah terlebih lagi bagi masyarakat sosialnya rendah. Pola pengembangan diharapkan kedepan juga dilakukan bukan hanya secara individu, tetapi juga secara kolektif.

C. Landasan Yuridis

Untuk menjamin kepastian hukum dalam upaya pengembangan ekonomi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat, maka perlu adanya suatu landasan hukum berupa peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai pengembangan ekonomi kreatif sebagai pedoman dan acuan agar dalam pembentukan produk hukum daerah tentang pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Bandung Barat sesuai dengan ketentuan yang berlaku di atasnya.

Pada hakikatnya terdapat beberapa peraturan perundang-undangan yang dijadikan pedoman atau acuan untuk selanjutnya dijadikan sebagai landasan yuridis dalam penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, yang merupakan hasil analisis dan evaluasi terhadap berbagai peraturan perundang-undangan yang terkait dengan

pengembangan ekonomi kreatif sebagaimana telah diuraikan dalam BAB III Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Adapun peraturan perundang-undangan yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Amandemen Ke-4;
2. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;
3. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;
4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;
5. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan
6. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif
7. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025

8. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2019 tentang Pemberian Insentif dan Kemudahan Investasi di Daerah
9. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada hakikatnya penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, telah memenuhi landasan filosofis, sosiologis dan yuridis, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan dan pembahasan antara Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bandung Barat dengan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat, dengan tujuan agar dapat melahirkan produk hukum daerah Kabupaten Bandung Barat yang baik serta sesuai dengan harapan masyarakat, dan dapat dilaksanakan secara efektif dan optimal dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.

BAB V

JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN RANCANGAN PERATURAN DAERAH KABUPATEN BANDUNG BARAT TENTANG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

A. Konsideran

Dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, konsideran menimbang memuat uraian singkat mengenai pokok-pokok pikiran yang menjadi latar belakang dan alasan pembuatan Peraturan Perundang-undangan. Pokok-pokok pikiran pada konsideran menimbang memuat unsur atau landasan filosofis, yuridis, dan sosiologis yang menjadi latar belakang pembuatannya.

Di dalam Konsideran Menimbang dimuat pertimbangan-pertimbangan yang menjadi alasan pokok perlunya pengaturan mengenai pengembangan ekonomi kreatif, yang dituangkan ke dalam substansi atau materi muatan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat, adalah sebagai berikut:

- a. bahwa untuk memajukan kesejahteraan umum dan mewujudkan masyarakat adil dan makmur perlu dilakukan pembangunan perekonomian melalui pengembangan ekonomi kreatif;
- b. bahwa Pemerintah Daerah bertanggung jawab dalam menciptakan dan mengembangkan ekonomi kreatif sehingga mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian daerah dan meningkatkan daya saing global guna tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan;

- c. bahwa untuk memberikan dasar kepastian hukum kepada Pemerintah Daerah dan pihak terkait dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif, perlu pengaturan tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif;

B. Landasan Hukum

Peraturan perundang-undangan yang dijadikan sebagai landasan hukum dalam proses pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, antara lain sebagai berikut:

1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembentukan Kabupaten Bandung Barat di Provinsi Jawa Barat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 14, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4688);
3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023

Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6841);

4. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 151, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6802);
6. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 272);

C. Ruang Lingkup Materi Muatan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif

1. Ketentuan Umum

Ketentuan Umum yang terkandung dalam Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, adalah sebagai berikut:

a. Pengertian

1. Daerah Kabupaten yang selanjutnya disebut Daerah adalah Kabupaten Bandung Barat.
2. Bupati adalah Bupati Bandung Barat.

3. Pemerintah Daerah adalah Bupati sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
4. Perangkat Daerah adalah pembantu Bupati dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
5. Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan dan/atau teknologi.
6. Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah, satuan pendidikan, dunia usaha, Pendidikan Vokasi, Media, Komunitas, dan masyarakat dalam bentuk penciptaan iklim usaha, pembinaan, pemetaan, pengawasan serta penguatan usaha kreatif dan industri kreatif.
7. Kekayaan Intelektual adalah kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia melalui daya cipta, rasa dan karsanya yang dapat berupa karya di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.
8. Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang perseorangan atau kelompok orang warga negara Indonesia atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan Ekonomi Kreatif.

9. Ekosistem Ekonomi Kreatif adalah keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai Ekonomi Kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi, yang dilakukan oleh Pelaku Ekonomi Kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum.
10. Pembiayaan atau kredit yang selanjutnya disebut Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan nonbank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian imbalan berupa bunga atau bagi hasil.
11. Skema Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual adalah skema Pembiayaan yang menjadikan Kekayaan Intelektual sebagai objek jaminan utang bagi lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan nonbank agar dapat memberikan Pembiayaan kepada Pelaku Ekonomi Kreatif.
12. Sistem Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual adalah sistem pemasaran yang mengutamakan pemanfaatan Kekayaan Intelektual.
13. Industri Kreatif adalah Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan

lapangan pekerjaan, dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu.

14. Kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku sektor ekonomi kreatif.
15. Komite Ekonomi Kreatif adalah lembaga non struktural independen yang mempunyai tugas mengoordinasikan dan mendukung pelaksanaan tugas Perangkat Daerah di tingkat kabupaten, kecamatan, dan desa yang mewadahi fungsi pengembangan Ekonomi Kreatif.

2. Substansi/Materi Muatan Pokok Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif

a. Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pemerintah Daerah Kabupaten bertanggung jawab dalam mengembangkan Ekosistem Ekonomi Kreatif. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dilaksanakan pada subsektor:

- 1) arsitektur;
- 2) desain interior;
- 3) desain komunikasi visual;
- 4) desain produk;
- 5) fesyen;

- 6) film, animasi, dan video;
- 7) fotografi;
- 8) kriya;
- 9) kuliner;
- 10) musik;
- 11) aplikasi;
- 12) pengembangan permainan;
- 13) penerbitan;
- 14) periklanan;
- 15) televisi dan radio;
- 16) seni pertunjukan;
- 17) seni rupa; dan
- 18) subsektor lainnya yang potensial.

Subsektor Kegiatan Ekonomi Kreatif yang dikembangkan adalah Industri Kreatif yang termasuk dalam kriteria usaha mikro sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

b. Perencanaan dan Pendataan Ekonomi Kreatif

1) Perencanaan Ekonomi Kreatif

Pemerintah Daerah menyusun rencana induk Pengembangan Ekonomi Kreatif berdasarkan kewenangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Rencana induk Pengembangan Ekonomi Kreatif terintegrasi dalam

perencanaan pembangunan Daerah. Rencana induk Pengembangan Ekonomi Kreatif disusun berdasarkan:

- a) pendataan dan pemetaan daya dukung dan potensi sumber daya Ekono^rni Kreatif;
- b) perkembangan ilmu pengetahuan, informasi dan teknologi;
- c) pengembangan sarana dan prasarana Ekonomi Kreatif; dan
- d) kelayakan teknis, kelayakan ekonomi, serta kesesuaian dengan identitas nasional dan kearifan lokal.

Rencana induk pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah disusun untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Penyusunan rencana induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah dilaksanakan oleh Perangkat Daerah yang membidangi perencanaan pembangunan dengan melibatkan Perangkat Daerah yang membidangi Ekonomi Kreatif dan pemangku kepentingan Ekonomi Kreatif.

2) Pendataan Ekonomi Kreatif

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang penanaman modal mengintegrasikan basis data Ekonomi Kreatif menggunakan Sistem informasi Ekonomi Kreatif Daerah yang mencakup subsektor kegiatan Ekonomi Kreatif.

Perangkat Daerah yang membidangi Ekonomi Kreatif menyusun basis data untuk sistem informasi Ekonomi Kreatif. Sistem informasi Ekonomi Kreatif Daerah dilakukan sebagai bentuk akuntabilitas publik dan menjadi dasar pertimbangan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah.

Sistem Informasi Ekonomi Kreatif Daerah mencakup:

- a) informasi kompetensi dan persebaran pelaku Ekonomi Kreatif;
- b) informasi produk dan persebaran pengusaha Ekonomi Kreatif;
- c) informasi penilaian kelayakan usaha Industri Kreatif; dan
- d) bimbingan dan bantuan berkaitan dengan kelengkapan dokumen bagi Industri Kreatif.

c. Pelaksanaan Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif

1) Umum

Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Daerah Kabupaten difokuskan terhadap:

- a) Pelaku Ekonomi Kreatif di Daerah;
- b) organisasi lintas Komunitas Kreatif lokal; dan/atau
- c) pemangku kepentingan Ekonomi Kreatif lainnya.

Dalam mengembangkan Ekosistem Ekonomi Kreatif di Daerah, Pemerintah Daerah Kabupaten bekerja sama dengan:

- a) lembaga pendidikan;
- b) dunia usaha;
- c) dunia industri;
- d) jejaring Komunitas Kreatif;
- e) media;
- f) pemerintah daerah lain; dan/atau
- g) lembaga dan/atau instansi pemerintah di luar negeri.

Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif yang membutuhkan dukungan program Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah Provinsi dilaksanakan dalam bentuk sinergi perencanaan dan pelaksanaan pembangunan. Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dilakukan melalui:

- a) pendidikan Ekonomi Kreatif dan pengembangan riset;
- b) fasilitasi pendanaan, pembiayaan, permodalan dan penjaminan;
- c) penyediaan infrastruktur;
- d) standardisasi usaha dan/atau produk Ekonomi Kreatif, pengembangan produk Ekonomi Kreatif,

- promosi Ekonomi Kreatif, serta pengembangan sistem pemasaran;
- e) pemberian insentif;
 - f) fasilitasi kekayaan intelektual dan perlindungan kreatifitas;
 - g) perluasan kesempatan kegiatan dan/atau Usaha Ekonomi Kreatif;
 - h) pelatihan, pembimbingan teknis dan pendampingan;
 - i) kewirausahaan Ekonomi Kreatif;
 - j) kemitraan dan jaringan usaha; dan
 - k) kebijakan dalam kondisi krisis

2) Pendidikan Ekonomi Kreatif dan Pengembangan Riset

Pemerintah Daerah Kabupaten mengembangkan sistem pendidikan Ekonomi Kreatif berbasis kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan serta pengembangan riset secara terpadu dalam rangka penciptaan Pelaku Ekonomi Kreatif yang mampu berdaya saing nasional dan global.

Pendidikan kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan di bidang Ekonomi Kreatif dikembangkan melalui:

- a) program kurikulum baik intrakurikuler, kokurikuler atau ekstrakurikuler pada Pendidikan Anak Usia Dini dan pendidikan dasar berdasarkan sistem pendidikan nasional

sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan/atau

- b) pengembangan pendidikan non-formal baik intrakurikuler dan kokurikuler dalam sektor Ekonomi Kreatif oleh Pelaku Ekonomi Kreatif dan/atau Komunitas Ekonomi Kreatif.

Pengembangan riset Ekonomi Kreatif dapat dilakukan oleh lembaga penelitian dan pengembangan, perguruan tinggi, Komunitas Kreatif, dan/atau masyarakat yang digunakan sebagai pembuat kebijakan bidang Ekonomi Kreatif.

Hasil penelitian dan pengembangan riset Ekonomi Kreatif dipublikasikan kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemerintah Daerah Kabupaten mengembangkan program kurikulum intrakurikuler, kokurikuler, atau ekstrakurikuler di bidang Ekonomi Kreatif pada jenjang pendidikan dasar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif bersama Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pendidikan dapat melakukan kerja sama dan koordinasi dengan Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Pusat, dalam memfasilitasi sekolah menengah atas dan/atau perguruan tinggi di Daerah untuk mengembangkan program kurikulum

intrakurikuler, kokurikuler atau ekstrakurikuler di bidang Ekonomi Kreatif.

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif dan Perangkat Daerah yang membidangi urusan pendidikan melakukan perencanaan dan pelaksanaan program kurikulum intrakurikuler, kokurikuler atau ekstrakurikuler dibidang Ekonomi Kreatif.

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif dan Perangkat Daerah yang membidangi urusan pendidikan memberikan laporan setiap tahun kepada Bupati mengenai pengembangan dan pelaksanaan program kurikulum dan/atau ekstrakurikuler di bidang Ekonomi Kreatif.

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan penelitian dan pengembangan menyelenggarakan pengembangan riset bekerja sama dengan Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif, perguruan tinggi, Pelaku Ekonomi Kreatif, Komunitas Kreatif dan/atau masyarakat yang digunakan sebagai bahan pembuat kebijakan di bidang Ekonomi Kreatif

3) Fasilitasi Pendanaan, Pembiayaan, Permodalan dan Penjaminan

Pemerintah Daerah Kabupaten memfasilitasi pendanaan dan pembiayaan kegiatan Pengembangan

Ekonomi Kreatif yang bersumber dari APBD dan sumber lainnya yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemerintah Daerah Kabupaten memfasilitasi Pelaku Ekonomi Kreatif untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan permodalan berupa kredit dan/atau fasilitas penjaminan kredit dari lembaga keuangan bank dan nonbank sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemerintah Daerah Kabupaten memfasilitasi skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual bagi Pelaku Ekonomi Kreatif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemerintah Daerah Kabupaten melakukan upaya pengembangan sumber pembiayaan alternatif di luar mekanisme lembaga pembiayaan. Pengembangan sumber pembiayaan alternatif di luar mekanisme lembaga pembiayaan berupa:

- a) kewajiban bagi Pengelola Kekayaan Intelektual, pengusaha Ekonomi Kreatif dan Industri Ekonomi Kreatif untuk memberikan dana tanggungjawab sosial perusahaan dan memfasilitasi program kemitraan;
- b) pembiayaan dari dana tanggungjawab sosial perusahaan dan program kemitraan baik Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah ataupun perusahaan di Daerah; dan/atau
- c) mekanisme pembiayaan lainnya yang sah.

4) Penyediaan Infrastuktur

Pemerintah Daerah mendorong tersedianya infrastruktur Ekonomi Kreatif yang memadai sebagai Inkubator Ekonomi Kreatif. Infrastruktur Ekonomi Kreatif terdiri atas:

- a) infrastruktur fisik; dan
- b) infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi;

Inkubator Ekonomi Kreatif merupakan sarana untuk membina, mengembangkan, dan memberdayakan karya kreatif. Pembinaan dan pengembangan dapat dilakukan dengan melibatkan pemerintah pusat, pemerintah provinsi, lembaga pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, media massa dan atau pemangku kepentingan lainnya. Inkubator Ekonomi Kreatif berfungsi sebagai:

- a) pusat inovasi dan Kekayaan Intelektual;
- b) pusat pendidikan dan pelatihan;
- c) pusat promosi dan pemasaran;
- d) pusat pengembangan industri perangkat lunak dan konten;
- e) pusat inkubasi bisnis; dan/atau
- f) media massa.

Infrastruktur fisik, merupakan ruang fisik dan/atau sarana fisik yang mendukung pelaksanaan sebagian dan/atau seluruh Ekosistem Ekonomi

Kreatif. Infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi, merupakan sarana berupa teknologi untuk menyiapkan, mengumpulkan, memproses, menganalisis, menyimpan, dan/atau mengumumkan dengan menyebarkan informasi.

Pemerintah Daerah Kabupaten dapat mengembangkan infrastruktur Ekonomi Kreatif yang terintegrasi melalui pembangunan ruang kreatif. Ruang kreatif paling sedikit dilengkapi dengan sarana dan prasarana untuk:

- a) ruang pameran;
- b) ruang pelatihan; dan
- c) ruang kreativitas.

Sarana dan prasarana dapat berbentuk fisik maupun virtual. Pengelolaan ruang kreatif dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten dan dapat bekerja sama dengan pihak lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pengelolaan ruang kreatif dilakukan secara profesional dan dapat dikomersialisasikan.

5) Standardisasi Usaha dan/atau Produk Ekonomi Kreatif, Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif, Promosi Ekonomi Kreatif, serta Pengembangan Sistem Pemasaran

- a) Standarisasi Usaha dan/atau Produk Ekonomi Kreatif

Pemerintah Daerah Kabupaten menyusun pedoman standardisasi usaha dan/atau produk

Ekonomi Kreatif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pemerintah Daerah Kabupaten melakukan pemeriksaan standardisasi usaha dan/atau produk Ekonomi Kreatif secara berkala atau sewaktu-waktu berdasarkan pedoman. Dalam hal terdapat usaha dan/atau produk Ekonomi Kreatif yang belum memenuhi standar, Pemerintah Daerah Kabupaten melakukan pembinaan agar terpenuhinya standar usaha dan/atau produk Ekonomi Kreatif. Ketentuan lebih lanjut mengenai standardisasi usaha dan/atau produk Ekonomi Kreatif diatur dalam Peraturan Bupati.

b) Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif

Dalam rangka terpenuhinya standar produk Ekonomi Kreatif, Perangkat Daerah melakukan fasilitasi pengembangan produk Ekonomi Kreatif melalui:

- fasilitasi pengembangan desain produk Ekonomi Kreatif;
- fasilitasi pengembangan kemasan produk Ekonomi Kreatif; dan/atau
- fasilitasi pemasaran produk Ekonomi Kreatif.

Fasilitasi pengembangan produk Ekonomi Kreatif dapat dilaksanakan melalui kerja sama dengan:

- Pelaku Ekonomi Kreatif;

- perguruan tinggi;
- media;
- Komunitas Kreatif;
- Pemerintah Pusat;
- Perangkat Daerah lain;
- pemerintah daerah lain; dan/atau
- lembaga dan/atau pemerintah daerah di luar negeri.

Fasilitasi pengembangan Produk Ekonomi Kreatif yang membutuhkan dukungan program Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah Provinsi dilaksanakan dalam bentuk sinergi pengembangan Produk Ekonomi Kreatif. Perangkat Daerah melakukan fasilitasi pengembangan produk Ekonomi Kreatif melalui tahapan:

- identifikasi potensi produk Ekonomi Kreatif;
- identifikasi preferensi pasar terhadap produk Ekonomi Kreatif;
- perancangan produk Ekonomi Kreatif;
- perancangan kemasan produk Ekonomi Kreatif; dan
- uji pasar produk Ekonomi Kreatif.

c) Promosi Ekonomi Kreatif

Pelaku Ekonomi Kreatif di Daerah mempromosikan produk Ekonomi Kreatif yang telah terstandar melalui partisipasi dalam kegiatan promosi bertaraf nasional, atau internasional secara berkala. Perangkat Daerah memfasilitasi promosi produk Ekonomi Kreatif dalam bentuk:

- pameran, pertunjukan, dan/atau festival Ekonomi Kreatif di Daerah;
- ruang promosi pada destinasi wisata, usaha jasa makanan dan minuman, hotel, dan ruang publik di Daerah; dan/atau
- penyediaan ruang untuk memamerkan dan melakukan kolaborasi pemasaran hasil produk Ekonomi Kreatif pada pusat perbelanjaan di Daerah dan/atau melalui media informasi.

Perangkat Daerah memfasilitasi promosi produk Ekonomi Kreatif dengan melibatkan media massa baik di tingkat Daerah Kabupaten, Provinsi, nasional, dan internasional.

d) Pengembangan Sistem Pemasaran

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif memfasilitasi pengembangan sistem pemasaran produk Ekonomi Kreatif berbasis kekayaan

intelektual sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

6) Pemberian Insentif

Pemerintah Daerah Kabupaten dapat memberikan insentif kepada Pelaku ekonomi Kreatif. Insentif berupa:

a) fiskal; dan/atau

Insentif fiskal bagi Pelaku Ekonomi Kreatif dapat berupa insentif perpajakan daerah; dan/atau insentif retribusi daerah.

b) nonfiskal.

Insentif non fiskal bagi Pelaku Ekonomi Kreatif, berupa:

- pendampingan proses impor dan ekspor bahan baku dan/atau bahan penolong usaha Ekonomi Kreatif;
- kemudahan akses tempat usaha Ekonomi Kreatif;
- kemudahan pelayanan perizinan berusaha di bidang Ekonomi Kreatif;
- pendampingan dalam proses permohonan pendaftaran atau pencatatan Kekayaan Intelektual;
- pendampingan dan inkubasi bagi usaha Ekonomi Kreatif; dan
- pendampingan hukum usaha Ekonomi Kreatif.

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pemberian insentif dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

7) Fasilitasi Kekayaan Intelektual dan Perlindungan Kreativitas

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif melakukan fasilitasi kekayaan intelektual berupa:

- a) pembiayaan pendaftaran dan pencatatan atas hak cipta dan hak terkait serta pendaftaran hak kekayaan industri kepada Pelaku Ekonomi Kreatif.

Pembiayaan pendaftaran dilakukan terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif yang belum memiliki kapasitas pembiayaan pendaftaran hak kekayaan intelektual.

- b) fasilitasi pemanfaatan kekayaan intelektual kepada Pelaku Ekonomi Kreatif.

Fasilitasi pemanfaatan kekayaan intelektual dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif melakukan sosialisasi dan edukasi guna peningkatan pemahaman atas fungsi dan kegunaan kekayaan intelektual serta konsekuensi hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual kepada Pelaku Ekonomi Kreatif.

Dalam melakukan sosialisasi dan edukasi Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif dapat bekerja sama dengan instansi terkait, Komunitas Kreatif, perguruan tinggi, dan praktisi perlindungan hak kekayaan intelektual.

Pemerintah Daerah Kabupaten melindungi hasil kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif yang berupa kekayaan intelektual sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam rangka perlindungan kreativitas, Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif memberikan fasilitasi bagi Pelaku Ekonomi Kreatif yang mengalami permasalahan hukum di bidang kekayaan intelektual dalam bentuk:

a) konsultasi; dan/atau

Dalam rangka fasilitasi konsultasi, Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif bekerja sama dengan praktisi perlindungan hak kekayaan intelektual.

b) pendampingan hukum.

Dalam rangka pendampingan hukum, difasilitasi oleh Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif melakukan upaya mengakses bantuan hukum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**8) Perluasan Kesempatan Kegiatan dan/atau Usaha
Ekonomi Kreatif**

Perangkat Daerah menyusun dan menetapkan kebijakan perluasan kesempatan kegiatan dan/atau usaha Ekonomi Kreatif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif. Kebijakan perluasan kesempatan kegiatan dan/atau Usaha Ekonomi Kreatif dilakukan melalui pola:

- a) upaya menciptakan Iklim Usaha Ekonomi Kreatif;
- b) pembentukan kewirausahaan Ekonomi Kreatif;
- c) penerapan teknologi tepat guna;
- d) alih profesi; dan/atau
- e) pola lain yang dapat mendorong terciptanya perluasan kesempatan pengembangan Ekonomi Kreatif.

Dalam rangka penerapan teknologi tepat guna yang membutuhkan barang dan/atau teknologi dari luar negeri, Pemerintah Daerah Kabupaten memfasilitasi Pelaku Ekonomi Kreatif untuk mendapatkan sarana teknologi tepat guna. Fasilitasi berupa pemberian keterangan sebagai Pelaku Ekonomi Kreatif Daerah serta upaya komunikasi kepada Pemerintah Pusat agar mendapatkan kemudahan impor barang dan/atau sarana teknologi tepat guna.

Upaya komunikasi kepada Pemerintah Pusat disertai dengan upaya memperoleh keringanan dan/atau insentif pajak. Ketentuan lebih lanjut

mengenai perluasan kesempatan kegiatan dan/atau usaha Ekonomi Kreatif diatur dalam Peraturan Bupati

Setiap Pelaku Ekonomi Kreatif, khususnya pemula mempunyai hak dan kesempatan yang sama untuk memperoleh, meningkatkan dan/atau mengembangkan keterampilan, keahlian dan produktivitas dalam bidang Ekonomi Kreatif. Hak dan kesempatan diberikan sesuai bakat, minat dan kemampuan melalui pelatihan, pembimbingan teknis dan pendampingan.

Bagi peserta pelatihan peningkatan kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif yang telah menyelesaikan program pelatihan dinyatakan lulus berhak mendapatkan:

- a) sertifikat pelatihan; dan/atau
- b) sertifikasi kompetensi dalam bidang Ekonomi Kreatif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pelatihan pembimbingan teknis dan pendampingan dalam rangka peningkatan kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif dilaksanakan oleh Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif. Pelatihan, pembimbingan teknis dan pendampingan oleh Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif dapat dilaksanakan dan/atau bekerja sama dengan:

- a) Pelaku Ekonomi Kreatif yang berpengalaman;
- b) Industri Kreatif;
- c) organisasi profesi di bidang Ekonomi Kreatif;
- d) perguruan tinggi; dan/atau
- e) Perangkat Daerah lain.

Pelatihan, pembimbingan teknis dan pendampingan oleh Pelaku Ekonomi Kreatif yang berpengalaman, Industri Kreatif, organisasi profesi di bidang Ekonomi Kreatif, perguruan tinggi dan/atau Perangkat Daerah lain, dilaporkan kepada Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif. Ketentuan lebih lanjut mengenai pelatihan, pembimbingan teknis dan pendampingan diatur dalam Peraturan Bupati.

9) Kewirausahaan Ekonomi Kreatif

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif memfasilitasi kewirausahaan Pelaku Ekonomi Kreatif untuk memulai usahanya. Fasilitasi kewirausahaan dilakukan dengan cara:

- a) pembentukan kemitraan kreasi;
- b) pembentukan kemitraan produksi; dan/atau
- c) penunjang kewirausahaan Ekonomi Kreatif.

Pembentukan kemitraan kreasi dilakukan oleh Pelaku Ekonomi Kreatif dan/atau organisasi lintas Komunitas Ekonomi Kreatif.

Pembentukan kemitraan produksi, mencakup kerja sama yang dilaksanakan dalam satu atau beberapa tahap kewirausahaan Ekonomi Kreatif, meliputi:

- a) perencanaan;
- b) pembuatan atau pengolahan;
- c) penjualan; dan/atau
- d) pengawasan.

Fasilitasi penunjang kewirausahaan Ekonomi Kreatif dapat berupa:

- a) kemudahan perizinan yang dibutuhkan dalam bidang kewirausahaan Ekonomi Kreatif;
- b) bantuan fasilitasi pemodalannya kepada lembaga keuangan bank atau nonbank;
- c) keringanan pajak daerah;
- d) kegiatan pelatihan, pembimbingan teknis dan pendampingan; dan/atau
- e) bantuan pembiayaan dan administrasi dalam rangka pengurusan hak kekayaan intelektual.

Ketentuan lebih lanjut mengenai fasilitasi kewirausahaan diatur dalam Peraturan Bupati.

10) Kemitraan dan Jaringan Usaha

Pelaku Ekonomi Kreatif dapat melakukan kerja sama usaha dengan pihak lain dalam bentuk kemitraan dan jaringan usaha. Kerja sama kemitraan dan jaringan usaha Industri Kreatif dengan industri

lainnya bertujuan untuk menciptakan nilai tambah pada produk Ekonomi Kreatif.

Perangkat Daerah memfasilitasi Pelaku Ekonomi Kreatif pemula untuk melakukan kemitraan dengan dunia usaha, perguruan tinggi, lembaga keuangan dan masyarakat dalam berbagai bentuk bidang Usaha Ekonomi Kreatif. Kemitraan dapat dilakukan dengan pola:

- a) intiplasma;
- b) sub kontrak;
- c) waralaba;
- d) perdagangan umum;
- e) distribusi dan keagenan;
- f) pola pemagangan; dan/atau
- g) bentuk-bentuk kemitraan lainnya.

Tata cara melakukan kemitraan diatur dalam Peraturan Bupati.

Setiap Pelaku Ekonomi Kreatif dapat membentuk jaringan usaha Ekonomi Kreatif. Jaringan usaha Ekonomi Kreatif meliputi bidang usaha yang mencakup sub-sektor Ekonomi Kreatif yang disepakati oleh para pihak dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Dalam rangka kemitraan dan jaringan usaha, usaha di bidang pariwisata di Daerah memprioritaskan penggunaan produk Ekonomi

Kreatif Daerah. Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif melakukan sosialisasi, pengawasan dan monitoring terhadap penggunaan produk Ekonomi Kreatif Daerah oleh usaha di bidang pariwisata.

Dalam hal terdapat usaha di bidang pariwisata di Daerah yang telah memprioritaskan penggunaan produk Ekonomi Kreatif Daerah Pemerintah Daerah Kabupaten memberikan insentif dan/atau kemudahan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam rangka dukungan kepada produk Ekonomi Kreatif Daerah, setiap Perangkat Daerah bermitra dan mempergunakan produk barang dan/atau jasa Ekonomi Kreatif Daerah dalam kegiatan dan/atau pembangunan sarana prasarana infrastruktur di Daerah.

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif menyusun katalog produk barang dan/atau jasa Ekonomi Kreatif yang dapat dijadikan mitra dan penggunaan produk Ekonomi Kreatif.

Kemitraan dan penggunaan produk Ekonomi Kreatif oleh Pemerintah Daerah Kabupaten didasarkan pada prinsip profesionalitas, akuntabel, transparan dan nondiskriminasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

11) Kebijakan Dalam Kondisi Krisis

Dalam hal terjadi krisis yang berpengaruh terhadap Ekonomi Kreatif, Pemerintah Daerah Kabupaten memfasilitasi Pelaku Ekonomi Kreatif untuk melakukan upaya pengalihan kegiatan dan/atau Usaha Ekonomi Kreatif sesuai dengan kebutuhan krisis serta mengupayakan pemberian bantuan bagi Pelaku Ekonomi Kreatif yang terdampak krisis.

Pengalihan kegiatan dan/atau Usaha Ekonomi Kreatif antara lain berupa:

- a) pelatihan Ekonomi Kreatif secara daring (*online*);
- b) optimalisasi promosi melalui media daring (*online*); dan/atau
- c) bentuk-bentuk kegiatan dan/atau usaha lain yang sesuai dengan kebutuhan pada saat krisis.

Perangkat Daerah melakukan penyusunan kegiatan untuk fasilitasi. Bantuan dapat berupa:

- a) upaya pembelian produk Ekonomi Kreatif;
- b) pemberian subsidi terhadap kegiatan dan/atau usaha Ekonomi Kreatif;
- c) upaya pemberian bantuan jaminan kelangsungan usaha selama krisis; dan/atau
- d) bentuk-bentuk bantuan lainnya.

Bantuan diberikan sesuai dengan kemampuan keuangan daerah. Pemerintah Daerah Kabupaten mengupayakan kerja sama dengan pelaku usaha dan

industri di tingkat Kabupaten, Provinsi, nasional maupun internasional untuk dapat membeli produk Ekonomi kreatif, pemberian subsidi dan/atau pemberian bantuan jaminan kelangsungan kegiatan dan/atau Usaha Ekonomi Kreatif selama krisis.

Pemberian fasilitasi dan bantuan akibat terjadinya krisis dilakukan secara transparan, akuntabel, berkeadilan dan nondiskriminatif. Ketentuan lebih lanjut mengenai fasilitasi dan bantuan akibat terjadinya krisis diatur dengan Peraturan Bupati.

d. Hak dan Kewajiban Pelaku Kreatif

Setiap pelaku Ekonomi Kreatif berhak:

- 1) berkarya, berkreasi, dan berinovasi pada sektor Ekonomi Kreatif;
- 2) memperoleh kesempatan yang sama untuk menumbuhkan dan mengembangkan kegiatan Ekonomi Kreatif;
- 3) mendapatkan perlindungan hukum dalam kegiatan usaha;
- 4) mendapatkan perlindungan hak Kekayaan Intelektual;
- 5) mendapatkan jaminan, dukungan, dan fasilitas dari Pemerintah Daerah dalam mengembangkan Ekonomi Kreatif; dan

- 6) berpartisipasi dalam kegiatan pengembangan Ekonomi Kreatif yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah

Setiap Pelaku Ekonomi Kreatif wajib:

- 1) menyampaikan informasi data diri dan produk Ekonomi Kreatifnya ke dalam Sistem Informasi Ekonomi Kreatif Daerah dan menjamin kebenaran dari informasi yang disampaikan; dan
- 2) menaati nilai-nilai agama, kesusilaan, etika, moral, dan budaya bangsa.

Setiap Pelaku Ekonomi Kreatif yang melanggar ketentuan dikenakan sanksi administrasi berupa teguran; peringatan tertulis; dan/ atau penghentian kegiatan.

e. Komite Ekonomi Kreatif

Dalam rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif dibentuk Komite Ekonomi Kreatif. Komite Ekonomi Kreatif, merupakan lembaga non struktural di Daerah yang membantu Pemerintah Daerah Kabupaten di bidang pengembangan dan penerapan Ekonomi Kreatif. Komite Ekonomi Kreatif, berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab langsung kepada Bupati.

Dalam rangka melaksanakan tugas dan fungsinya Komite Ekonomi Kreatif difasilitasi oleh Pemerintah Daerah yang dalam operasionalnya melalui Perangkat Daerah yang membidangi perencanaan pembangunan. Komite Ekonomi Kreatif, memiliki tugas membantu Bupati dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan,

dan sinkronisasi kebijakan di bidang Ekonomi Kreatif. Komite Ekonomi Kreatif, memiliki fungsi:

- 1) perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan di bidang Ekonomi Kreatif;
- 2) perancangan dan pelaksanaan program di bidang Ekonomi Kreatif;
- 3) pelaksanaan koordinasi dan sinkronisasi perencanaan dan pelaksanaan kebijakan dan program di bidang Ekonomi Kreatif;
- 4) pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program di bidang Ekonomi Kreatif;
- 5) pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan di bidang Ekonomi Kreatif;
- 6) pelaksanaan komunikasi dan koordinasi dengan Pemerintah Daerah, lembaga Pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, media massa dan/atau pemangku kepentingan lainnya;
- 7) pembentukan komunitas Ekonomi Kreatif; dan
- 8) pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Bupati yang terkait dengan Ekonomi Kreatif.

Komite Ekonomi Kreatif, terdiri atas unsur:

- 1) Perangkat Daerah;
- 2) akademisi;
- 3) pelaku Ekonomi Kreatif;
- 4) komunitas kreatif;

- 5) organisasi usaha;
- 6) praktisi media massa; dan
- 7) pemangku kepentingan lainnya.

Ketentuan lebih lanjut mengenai Komite Ekonomi Kreatif, diatur dalam Peraturan Bupati.

f. Sistem Informasi Ekonomi Kreatif

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif harus menyediakan Sistem Informasi Ekonomi Kreatif yang terbaru dan mudah diakses oleh masyarakat. Sistem Informasi Ekonomi Kreatif dikelola secara akurat, lengkap, dan berkesinambungan. Pengelolaan Sistem Informasi Ekonomi Kreatif, meliputi kegiatan:

- 1) pengumpulan;
- 2) pengolahan;
- 3) penganalisaan;
- 4) penyimpanan;
- 5) penyajian; dan
- 6) penyebarluasan.

Sistem Informasi Ekonomi Kreatif memuat seluruh kebijakan dalam pengembangan Ekonomi Kreatif serta penyebaran Pelaku Ekonomi Kreatif. Sistem Informasi Ekonomi Kreatif terintegrasi dengan sistem Ekonomi Kreatif nasional dan sistem Ekonomi Kreatif Provinsi. Ketentuan lebih lanjut mengenai Sistem Informasi Ekonomi Kreatif diatur dalam Peraturan Bupati.

Pelaku Ekonomi Kreatif harus menyampaikan informasi Ekonomi Kreatif pada lingkup kegiatan dan/atau usahanya melalui Sistem Informasi Ekonomi Kreatif. Penyampaian informasi Ekonomi Kreatif dilakukan secara berkala paling sedikit 1 (satu) tahun sekali. Pelaku Ekonomi Kreatif yang menyampaikan informasi secara akurat dan tepat waktu, dapat diberikan insentif berupa:

- 1) kemudahan untuk memperoleh perizinan;
- 2) pemberian insentif; dan
- 3) bantuan pembiayaan.

Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif melakukan Pembinaan dan mendorong Pelaku Ekonomi Kreatif, untuk menyampaikan informasi Ekonomi Kreatif.

g. Pendanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pendanaan pengembangan Ekonomi Kreatif dapat berasal dari:

- 1) Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah; dan/atau
- 2) sumber lain yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemerintah Daerah Kabupaten mengalokasikan pendanaan pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah sesuai dengan kemampuan keuangan daerah. Pendanaan

pengembangan Ekonomi Kreatif dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah digunakan untuk:

- 1) pembangunan dan/atau pengembangan Ekonomi Kreatif; dan/atau
- 2) pemenuhan sarana prasarana Ekonomi Kreatif.

Pendanaan pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah dapat tersebar pada Perangkat Daerah. Pemerintah Daerah Kabupaten memperluas sumber pendanaan dalam upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui kerja sama dengan Pengelola Kekayaan Intelektual, pengusaha, industri, pemerintah provinsi, pemerintah pusat dan/atau internasional sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

h. Pengawasan dan Pengendalian

Pemerintah Daerah Kabupaten melakukan pengawasan dan pengendalian untuk memastikan terselenggaranya pengembangan Ekonomi Kreatif. Pengawasan dan Pengendalian, meliputi:

- 1) pelaksanaan program pengembangan Ekonomi Kreatif;
- 2) pencegahan terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perseorangan atau kelompok tertentu yang merugikan sektor Ekonomi Kreatif dan/atau Industri Kreatif;

- 3) perlindungan atas usaha tertentu yang strategis untuk Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif dari upaya monopoli dan persaingan tidak sehat lainnya;
- 4) perlindungan dari tindakan diskriminasi dalam pemberian fasilitasi pengembangan Ekonomi Kreatif; dan
- 5) perlindungan terhadap penyalahgunaan dokumen dan/atau informasi yang tidak benar dalam rangka pengembangan Ekonomi Kreatif.

Ketentuan lebih lanjut mengenai pengawasan dan pengendalian diatur dalam Peraturan Bupati.

3. Ketentuan Penutup

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kabupaten Bandung Barat.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil kegiatan penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, adalah sebagai berikut:

1. Urgensitas pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, didasarkan pada kebijakan yang ditempuh oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bandung Barat, merupakan amanat dari Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, Pasal 12 ayat (3) huruf b dan Lampiran Z Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah serta Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025.
2. Dalam rangka menghasilkan produk hukum daerah Kabupaten Bandung Barat yang baik, maka dalam penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, pada hakikatnya didasarkan pada 3 (tiga) landasan pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik sebagaimana telah diuraikan dan dijabarkan dalam BAB IV Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat ini, yakni sebagai berikut:

a. Landasan Filosofis

Mengingat pembentukan Perda Kabupaten Bandung Barat yang mengatur tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, secara filosofis memang hal mendasar bukan hanya dalam ruang lingkup yang luas pada tingkat nasional saja adanya tanggungjawab pemerintah dalam menciptakan kesejahteraan, tetapi juga di daerah provinsi dan kabupaten/kota. Dalam hal ini Daerah Kabupaten Bandung Barat.

b. Landasan Sosiologis

Penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yaitu dalam rangka merubah pola pikir masyarakat, dari pola pikir tradisional menjadi pola pikir tradisional modern yaitu dengan kreatif membaca berbagai peluang dengan tidak meninggalkan sifat budaya asalnya. Apalagi sekarang di era digital setiap orang diharapkan mampu membaca berbagai potensi dalam membangun ekonomi kreatif. Perda ini sebagai sarana atau alat dalam memberikan jaminan kepastian hukum atas adanya pemenuhan rasa keadilan sosial dari Pemerintah Kabupaten Bandung Barat terhadap warga masyarakat dalam berusaha secara mandiri sebagai pelaku ekonomi kreatif dan memperoleh hak-haknya berupa fasilitasi, pendanaan dan insentif.

c. Landasan Yuridis

Peraturan perundang-undangan yang dijadikan sebagai landasan yuridis dalam proses penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat

tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, ditelaah melalui berbagai peraturan perundang-undangan yang terkait, antara lain sebagai berikut:

- Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
 - Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;
 - Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif
 - Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2019 tentang Pemberian Insentif dan Kemudahan Investasi di Daerah
 - Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025;
3. Sasaran dari penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah untuk mendukung program Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat. Adapun Jangkauan dan arah pengaturan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, antara lain mencakup:
- a. Pengembangan Ekonomi Kreatif
 - b. Perencanaan dan Pendataan Ekonomi Kreatif

- c. Pelaksanaan Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif
- d. Hak dan Kewajiban Pelaku Kreatif
- e. Komite Ekonomi Kreatif
- f. Sistem Informasi Kreatif
- g. Pendanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif
- h. Pengawasan dan Pengendalian

B. Saran

Sehubungan dengan kesimpulan tersebut di atas, maka saran yang diberikan berkaitan dengan penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, antara lain sebagai berikut:

1. Bahwa berdasarkan proses yang aspiratif, akomodatif dan partisipatif, maka kiranya Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam tahap perumusan sampai dengan tahap pembahasan Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif antara Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bandung Barat bersama-sama dengan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat.
2. Dengan adanya Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yang paling sedikit memuat landasan filosofis, sosiologis, dan yuridis, serta pokok dan lingkup materi muatan yang sesuai dengan sistematika penyusunan peraturan perundang-undangan yang baik serta taat asas pembentukan

peraturan perundang-undangan, maka diharapkan pengaturan Pengembangan Ekonomi Kreatif dapat memberikan dasar kepastian hukum kepada Pemerintah Daerah dan pihak terkait dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif.

3. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Bandung Barat secara bersama-sama dengan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat sesuai dengan kewenangan yang dimiliki, diharapkan segera membahas Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, untuk memajukan kesejahteraan umum dan mewujudkan masyarakat adil dan makmur perlu dilakukan pembangunan perekonomian melalui pengembangan ekonomi kreatif;

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Adrian Sutedi, *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011
- Afni Regita Cahyani Muis, *Ekonomi Kreatif Indonesia Dalam Dinamika Perdagangan Internasional* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019
- A. Hamid S. Attamimi, *Hukum Tentang Peraturan Perundang-Undangan dan Peraturan Kebijakan (Hukum Tata Pengaturan)*, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 1993, hlm. 313., dalam Maria Farida Indrati Soeprapto, *Ilmu Perundang-Undangan 1 (Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan)*, Kanisius, Yogyakarta, 2007
- Amiroedin Syarif, *Perundang-Undangan, Dasar, Jenis, dan Teknik Membuatnya*, Bina Aksara, Jakarta, 1987
- Ari Mulianta Ginting, Edmira Rivani, Dkk. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*, 1 Ed. (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia 2017
- Joko Widodo, *Good Governance, Telaah dari Dimensi Akuntabilitas dan Kontrol Birokrasi Pada Era Desentralisasi dan Otonomi Daerah*, Insan Cendekia, Surabaya, 2001
- I Gde Pantja Astawa dan Suprin Na`a, *Dinamika Hukum dan Ilmu Perundang-Undangan di Indonesia*, Alumni, Bandung, 2012
- Jazim Hamidi dan Budiman NPD Sinaga, *Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Dalam Sorotan*, Tatanusa, Jakarta, 2005
- Maria Farida Indrati Soeprapto, *Ilmu Perundang-Undangan 1 (Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan)*, Kanisius, Yogyakarta, 2007
- Mari Elka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025* (Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008
- Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010

- M. Chatib Basri, Dkk, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya: Membawa Kebijakan Perdagangan Indonesia*, Cetakan Pertama (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2012)
- M.T Ritonga, *Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Jakarta :Erlangga, 2000.
- Ni`Matul Huda, *Hukum Pemerintahan Daerah*, Nusamedia, Bandung, 2010
- Pipin Syarifin dan Dedah Jubaedah, *Ilmu Perundang-Undangan*, Pustaka Setia, Bandung, 2012
- Purnadi Purbacara dan Soerjono Soekanto, *Perundang-Undangan dan Yurisprudensi*, Alumni, Bandung, 1979
- Ridwan HR., *Hukum Administrasi Negara*, Rajagrafindo Persada,, Jakarta, 2014
- _____ *Diskresi & Tanggung Jawab Pemerintah*, FH UII Press, Yogyakarta, 2014
- Satjipto Rahardjo. *Sosiologi Hukum*. Genta Publishing. Yogyakarta, 2010
- S. Prajudi Atmosudirjo, *Hukum Administrasi Negara*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1994
- Sumali, *Reduksi Kekuasaan Eksekutif di Bidang Peraturan Pengganti Undang-Undang (PERPU)*, UMM Press, Malang, 2003
- Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013

B. Sumber Lain

- Hamda Zoelva, Globalisasi Dan Politik Hukum HaKI, *Law Review*, Volume X No. 3 - Maret 2011
- Imam Nawawi Dkk. *Pengaruh Keberadaan Industri Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Dan Budaya*. *Jurnal Sosietas*. Vol 5. No 2
- Tiara Evarista, *Tujuan Dan 7 (Tujuh) Pengertian Ekonomi Kreatif Menurut Para Ahli*, *Jurnal Ilmu Ekonomi* Volume 1. Jakarta. Tahun 2020

C. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja;

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan

Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif

Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025

Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025;