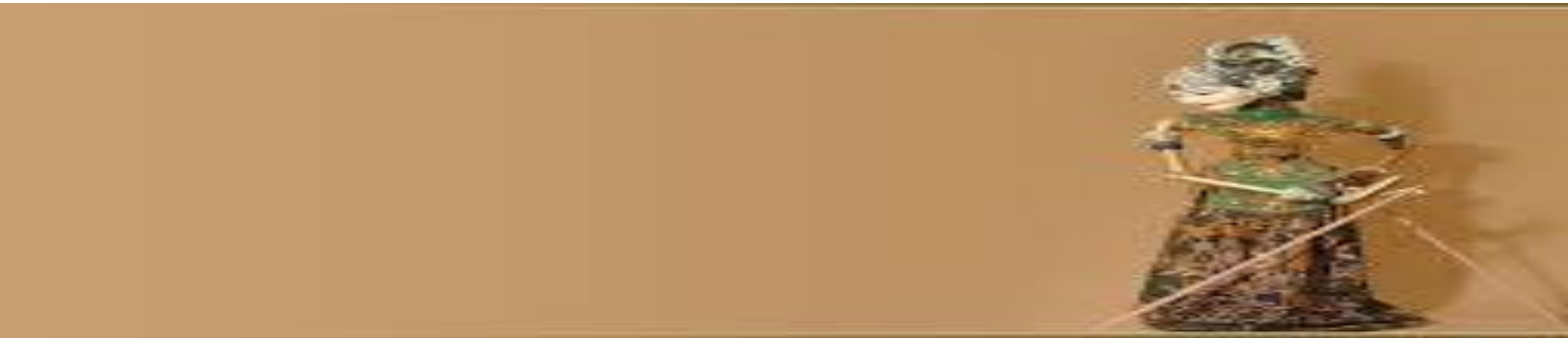
PEMERINTAH KABUPATEN BANDUNG BARAT

BAPPELITBANGDA

LAPORAN AKHIR

KAJIAN PENGEMBANGAN PROFESIONAL PEMUDA DALAM PENUMBUHAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN BANDUNG BARAT

TAHUN 2021



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke Hadirat Illahi Rabbi atas Karunia dan Inayah-Nya, kami telah dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat.

Laporan ini merupakan hasil identifikasi, kompilasi dan analisa pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekraf, secara garis besar, terdiri dari : 6 (enam) bab yaitu ; pendahuluan, kerangka konsep, profil penduduk dan ekraf KBB, metodologi dan pendekatan studi, fakta dan analisa, kesimpulan dan rekomendasi.

Laporan akhir ini disusun sebagai bahan bagi perangkat daerah terkait guna menetapkan kebijakan, program dan kegiatan pengembangan kapasitas dan profesionalitas pemuda dalam melaksanakan aktivitas kegiatan usahanya khususnya di sektor ekonomi kreatif.

Demikian atas perhatian dan kesempatan yang diberikan, kami mengucapkan terima kasih.

Bandung Barat, Nopember 2021

Tim Penyusun

bappelitbangda



DAFTAR ISI

		Halaman
Kata Pengantar		i
Daftar isi		ii
Daftar Tabel		iv
Daftar Gambar		v
BAB 1	PENDAHULUAN	1 – 1
1.1.	Latar Belakang	1 – 1
1.2.	Dasar Hukum	1 – 4
1.3.	Tujuan	1 – 6
1.4.	Sasaran	1 – 6
1.5.	Ruang Lingkup	1 – 6
1.6.	Keluaran	1 – 7
1.7.	Sistematika Penulisan Laporan	1 – 7
BAB 2	KERANGKA KONSEP	2 – 1
2.1.	Pemuda	2 – 1
2.2.	Ekonomi Kreatif	2 – 4
2.3.	Profesional	2 – 9
	2.3.1.Kode Etik Profesional	2 – 11
	2.3.2.Ciri Profesional	2 – 11
	2.3.3.Cara menjadi Profesional	2 – 12
	2.3.4.Sikap-Sikap Profesional	2 – 14
	2.3.5.Konsep Profesional	2 – 15
2.4.	Profesionalitas	2 – 16
	2.4.1.Pengertian	2 – 16
	2.4.2.Karakteristik Profesionalitas	2 – 17
2.5.	Profesional Pemuda	2 – 17

bappelitbangda

BAB 3 PROFIL PEMUDA DAN EKRAF KABUPATEN BANDUNG BARAT--- 3 – 1
3.1. Profil Penduduk KBB ---------- 3 – 1
3.2. Profil Pemuda Kabupaten Bandung Barat---------- 3 – 3
3.2.1.Jumlah Pemuda Kabupaten Bandung Barat -------- 3 – 3
3.2.2.Profil Pemuda berdasarkan Pendidikan ---------- 3 – 5
3.2.3.Profil Pemuda berdasarkan Ketenagakerjaan ------ 3 – 7
3.3. Profil Ekraf KBB ---------- 3 – 10
3.3.1.Perkembangan Ekraf KBB ---------- 3 – 10
3.3.2.Potensi Ekraf KBB---------- 3 – 12

BAB 4 METODOLOGI DAN PENDEKATAN STUDI ---------- 4 – 1
4.1. Metodologi ---------- 4 – 1
4.1.1.Metode Pendekatan ---------- 4 – 1
4.1.2.Kerangka Pemikiran ---------- 4 – 2
4.2. Pendekatan Studi ---------- 4 – 4

BAB 5 FAKTA DAN ANALISA ---------- 5 – 1
5.1. Fakta---------- 5 – 1
5.2. Analisa---------- 5 – 30
5.2.1. Analisa Kebijakan---------- 5 – 30
5.2.1.1.Analisa Kebijakan Pengembangan Pemuda ---------- 5 – 30
5.2.1.2.Analisa Kebijakan Pengembangan Ekraf 5 – 36
5.2.2. Analisa Pengembangan---------- 5 – 54

BAB 6 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI---------- 6 – 1
6.1. Kesimpulan---------- 6 – 1
6.2. Rekomendasi---------- 6 – 11

LAMPIRAN

bappelitbangda



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1.	Jumlah, Laju Pertumbuhan dan Kepadatan Penduduk	3 – 1
Tabel 3.2.	Jumlah Pemuda di KBB per Kecamatan	3 – 4
Tabel 3.3.	Jumlah Pemuda di KBB berdasarkan Pendidikan	3 – 6
Tabel 3.4.	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Pemuda	3 – 8
Tabel 3.5.	Jenis Lapangan Pekerjaan Pemuda yang Bekerja	3 – 9
Tabel 3.6.	Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif KBB	3 – 13
Tabel 5.1.	Karakter Sukses dan Proses Inovatif dari Sociopreneur Muda dalam Pengembangan Profesional Pemuda	5 – 58
Tabel 5.2.	Jumlah Pemuda, Pelaku Ekraf dan Potensi Ekraf	5 – 73
Tabel 5.3.	Rencana Aksi Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekraf	5 – 78

bappelitbangda



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1. Jumlah Penduduk KBB menurut Kecamatan ---------- 3 – 2
Gambar 3.2. Laju Pertumbuhan Penduduk KBB menurut Kecamatan ---- 3 – 2
Gambar 3.3. Kepadatan Penduduk KBB menurut Kecamatan---------- 3 – 3
Gambar 3.4. Jumlah Pemuda KBB per Kecamatan ---------- 3 – 4
Gambar 3.5. Jumlah Pemuda KBB berdasarkan Pendidikan---------- 3 – 6
Gambar 3.6. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Pemuda---------- 3 – 8
Gambar 3.7. Lapangan Pekerjaan Pemuda yang Bekerja---------- 3 – 10
Gambar 3.8. Pelaku Ekraf KBB---------- 3 – 13
Gambar 3.9. Persentase Pelaku Ekraf KBB per Sub sektor ---------- 3 – 14
Gambar 5.1. Rencana Pengembangan Ekraf ---------- 5 – 41
Gambar 5.2. Model Pengembangan professional Pemuda dalam Penumbuhan Ekraf---------- 5 – 74
Gambar 5.3. Model kemitraan Ekraf Pemuda Sub Sektor Kuliner---------- 5 – 75
Gambar 5.4. Model kemitraan Ekraf Pemuda Sub Sektor Barang Produksi/Jasa ---------- 5 – 76

bappelitbangda



BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Pemuda merupakan generasi muda yang memiliki peran penting bagi kehidupan sosial masyarakat, karena pemuda merupakan sosok yang dikenal memiliki energi yang lebih, pemberani, berpikir kreatif dan semangat yang tinggi dalam memajukan suatu masyarakat. Dengan kata lain pemuda merupakan aktor penting dalam mengurus dan menjalankan kehidupan masyarakatnya.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Pemuda berperan aktif sebagai kekuatan moral, kontrol sosial, dan agen perubahan dalam segala aspek pembangunan nasional.

Peran aktif pemuda sebagai agen perubahan diwujudkan antara lain dengan pengembangan sumberdaya ekonomi, kepedulian terhadap masyarakat, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pendidikan kewirausahaan. Kegiatan mengembangkan potensi keterampilan dan kemandirian berusaha pemuda merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan kewirausahaan pemuda. Pengembangan kewirausahaan pemuda dilaksanakan sesuai dengan minat, bakat, potensi pemuda, potensi daerah, dan arah pembangunan nasional.

Pemuda sebagai agen perubahan sangat penting peranannya dalam mewujudkan salah satu agenda pembangunan RPJMN IV tahun 2020-2024 yaitu “Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang Berkualitas dan Berdaya Saing”. Agenda pembangunan ini sejalan dengan dengan visi dan misi pembangunan Kabupaten Bandung Barat yang tercantum dalam RPJMD Kabupaten Bandung Barat Tahun 2018-2023. Adapun visinya adalah Mewujudkan Bandung Barat AKUR (Aspiratif,

bappelitbangda

Kreatif, Unggul dan Religius) berbasis pengembangan ekonomi, optimalisasi sumber daya alam dan kualitas sumber daya manusia dan misinya diantaranya adalah meningkatkan cakupan dan kualitas layanan pendidikan, kesehatan dan pelayanan dasar bagi masyarakat luas lainnya dalam rangka membangun sumber daya manusia yang berkualitas (misi 1) dan mewujudkan agroindustri dan pariwisata sebagai sektor unggulan beserta sektor dan potensi sumber daya lainnya untuk menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan, berkelanjutan dan berdaya saing (misi 2).

Sebagai sumber daya manusia yang berkualitas, pemuda harus memiliki profesionalisme, khususnya profesionalisme di bidang yang menunjang pengembangan ekonomi kreatif. Dengan ekonomi kreatif, diharapkan pemuda dapat mengoptimalkan seluruh sumber daya ekonomi, terutama mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.

Hambatan dalam mewujudkan pemuda sebagai sumber daya manusia yang berkualitas adalah masih adanya pemuda yang tidak/belum pernah sekolah dan tidak sekolah lagi. Pada tahun 2020, masih terdapat 0,71 persen pemuda yang tidak/belum pernah sekolah dan 72,72 persen tidak sekolah lagi. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, persentase pemuda laki-laki dan perempuan yang tidak/belum pernah sekolah cenderung sama. Persentase pemuda yang masih bersekolah sebesar 26,57 persen. Berdasarkan kelompok umur, persentase pemuda 19-24 tahun yang masih bersekolah sebesar 25,56 persen, jauh di bawah persentase pemuda 16-18 tahun yang masih sekolah (72,72 persen). Hal ini menunjukan bahwa partisipasi bersekolah pemuda usia 19-24 tahun yang merupakan usia kuliah masih relatif rendah. Sementara itu, pada kelompok pemuda 25-30 tahun, terdapat sekitar 95,77 persen yang tidak bersekolah lagi. Pada umumnya di usia tersebut para pemuda lebih memilih untuk bekerja daripada melanjutkan pendidikan. (Susenas, 2020)

Pembangunan kepemudaan dilaksanakan dalam bentuk pelayanan kepemudaan, yang berfungsi melaksanakan penyadaran, pemberdayaan, dan pengembangan potensi kepemimpinan, kewirausahaan, serta kepeloporan pemuda dalam segala aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara (Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009).

bappelitbangda

Pengembangan profesional pemuda sebagai wirausaha sosial (*Social Enterpreneur*) memiliki peran dalam pembangunan ekonomi karena mampu memberikan daya cipta nilai-nilai sosial maupun ekonomi yaitu (a) menciptakan kesempatan kerja; (b) melakukan inovasi dan kreasi baru terhadap produksi barang ataupun jasa yang dibutuhkan masyarakat; (c) menjadi modal sosial; (d) peningkatan kesetaraan (*Equality Promotion*).

Berdasarkan hasil Susenas Tahun 2020, diperkirakan terdapat sekitar 64,50 juta jiwa penduduk Indonesia yang berada dalam kelompok umur pemuda, hampir seperempat dari total penduduk Indonesia, yakni sebesar 23,86 persen adalah pemuda, serta lebih dari separuh pemuda Indonesia berada di Pulau Jawa (55,11 persen). Sedangkan Tingkat pengangguran terbuka (TPT) pemuda Indonesia tahun 2020 sebesar 15,23 %, menunjukkan bahwa dari setiap 100 angkatan kerja pemuda, terdapat sekitar 15 pemuda tidak bekerja dan sedang mempersiapkan usaha atau mencari pekerjaan. Nilai TPT pemuda yang paling tinggi adalah mereka yang berpendidikan SMA/sederajat (18,75%), diikuti Perguruan Tinggi (14,10%) dan SMP/sederajat (11,38%). Adapun komposisi pemuda bekerja menurut status pekerjaannya yaitu 51,82 % pemuda bekerja sebagai sebagai buruh/karyawan, pekerja keluarga/tidak dibayar (19,89 %), dan berusaha sendiri (12,99 %) (Statistik Pemuda Indonesia 2020). Berdasarkan data BPS dalam Keadaan Angkatan Kerja di Provinsi Jawa Barat Agustus Tahun 2020, bahwa TPT di Kabupaten Bandung Barat sebesar 12,25 %, menunjukkan bahwa dari setiap 100 angkatan kerja pemuda di Kabupaten Bandung Barat, terdapat sekitar 12 pemuda tidak bekerja dan sedang mempersiapkan usaha atau mencari pekerjaan.

Pemerintah daerah bertanggungjawab melaksanakan penyadaran, pemberdayaan, dan pengembangan potensi pemuda berdasarkan kewenangan dan tanggungjawabnya sesuai dengan karakteristik dan potensi daerah masing-masing. Peran Pemerintah Daerah sangat dibutuhkan untuk membantu memfasilitasi pendampingan pemuda untuk menjadi wirausaha baru sampai menjadi wirausaha tangguh. Selain itu, pemerintah daerah wajib melakukan koordinasi strategis lintas sektor untuk mengefektifkan penyelenggaraan pelayanan kepemudaan, antara lain melalui penyusunan kajian dan penelitian bersama tentang persoalan pemuda.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka pemerintah Kabupaten Bandung Barat perlu menyusun kajian yaitu “Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam

bappelitbangda

Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat" untuk mencapai visi pembangunan Kabupaten Bandung Barat, khususnya dalam rangka percepatan pengembangan ekonomi dan peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan kualitas pemuda yang mampu menjawab tantangan lokal, nasional, dan internasional dalam memenuhi kebutuhan Dunia Usaha dan/atau Dunia Industri (DU/DI).

1.2. DASAR HUKUM

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025;
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif;
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014, tentang Pemerintahan Daerah;
5. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009, tentang Kepemudaan;
6. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2005 tentang Alih Teknologi Kekayaan Intelektual Serta Hasil Penelitian dan Pengembangan oleh Perguruan Tinggi dan Lembaga Penelitian dan Pengembangan (Lembaran Negara Tahun 2005 Nomor 43, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4497);
7. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2011 tentang Pengembangan Kewirausahaan dan Kepeloporan Pemuda, Serta Penyediaan Prasarana dan Sarana Kepemudaan;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2017 tentang Inovasi Daerah;
9. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementrian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah;
10. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 23 Tahun 2020 tentang Perencanaan, Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah Tahun 2021;

bappelitbangda

11. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 90 Tahun 2019 tentang Klasifikasi, Kodefikasi, dan Nomenklatur Perencanaan Pembangunan dan Keuangan Daerah;
12. Peraturan Bersama Menteri Negara Riset dan Teknologi Republik Indonesia dan Menteri Dalam Negeri Nomor 03 Tahun 2012 dan Nomor 36 Tahun 2012 tentang penguatan Sistem Inovasi Daerah;
13. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 3 Tahun 2009 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten Bandung Barat Tahun 2007-2025 (Lembaran Daerah Kabupaten Bandung Barat Tahun 2009 Nomor 3);
14. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 2 Tahun 2012 tentang RTRW Kabupaten Bandung Barat Tahun 2009-2029;
15. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 3 Tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bandung Barat Tahun 2018-2023;
16. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pembangunan Kepemudaan;
17. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 8 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Bandung Barat (Lembaran Daerah Kabupaten Bandung Barat Tahun 2020 Nomor 8 Seri D, Noreg Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat : 8/235/ 2020, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 6);
18. Peraturan Bupati Bandung Barat Nomor 33 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Kelitbangan Kabupaten Bandung Barat Tahun 2018-2023;
19. Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 09 Tahun 2020 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Bandung Barat Tahun Anggaran 2021;
20. Peraturan Bupati Bandung Barat Nomor 53 Tahun 2020 tentang Penjabaran Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Bandung Barat Tahun Anggaran 2021.

bappelitbangda

1.3. TUJUAN

Tujuan kegiatan penyusunan Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat adalah :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik pemuda di Kabupaten Bandung Barat;
2. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan profesional pemuda di Kabupaten Bandung Barat;
3. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan kewirausahaan pemuda di Kabupaten Bandung Barat;
4. Memetakan potensi daerah dalam rangka pengembangan kewirausahaan pemuda;
5. Mengidentifikasi dan menganalisis sumber daya pengusaha dalam pengembangan profesional pemuda;
6. Mengidentifikasi dan menganalisis karakter sukses dan proses inovatif dari sociopreneur muda dalam pengembangan profesional pemuda;
7. Merumuskan model pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat; dan
8. Merumuskan rencana aksi pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.

1.4. SASARAN

Sasaran yang ingin dicapai adalah dihasilkannya kajian pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif yang dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi dan dimanfaatkan sebagai bahan acuan dalam perencanaan, pelaksanaan, evaluasi pembangunan dan perumusan kebijakan.

1.5. RUANG LINGKUP

Adapun ruang lingkup kegiatan yang akan ditempuh dalam rangka pelaksanaan pekerjaan kajian pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif meliputi tahapan sebagai berikut :

bappelitbangda

1. Persiapan Awal;
2. Kajian (studi) awal literatur dan kebijakan;
3. Penjabaran rencana kerja dan pendekatan studi;
4. Penyusunan Laporan Pendahuluan;
5. Melaksanakan identifikasi dan analisis karakteristik pemuda;
6. Melaksanakan identifikasi dan analisis faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan profesional pemuda;
7. Melaksanakan identifikasi dan analisis faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan kewirausahaan pemuda;
8. Melaksanakan pemetaan potensi daerah dalam rangka pengembangan kewirausahaan pemuda;
9. Melaksanakan identifikasi dan analisis sumber daya pengusaha dalam pengembangan profesional pemuda;
10. Melaksanakan identifikasi dan analisis karakter sukses dan proses inovatif dari *sociopreuneur* muda dalam pengembangan profesional pemuda;
11. Menyusun model pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif;
12. Menyusun rencana aksi pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif;
13. Penyusunan Laporan akhir.

1.6. KELUARAN

Produk yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah dokumen laporan pendahuluan, dokumen laporan akhir, executive summary dan poster.

1.7. SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN

Sistematika penulisan laporan akhir kajian pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif, adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, tujuan, sasaran, ruang lingkup, keluaran serta sistematika penulisan pelaporan.

bappelitbangda

BAB 2 KERANGKA KONSEP

Berisi tentang gambaran teoritis kepemudaan, sikap profesional, serta ekonomi kreatif.

BAB 3 PROFIL PEMUDA DAN EKRAF KABUPATAN BANDUNG BARAT

Berisi tentang gambaran umum penduduk dan ekonomi kreatif Kabupaten Bandung Barat.

BAB 4 METODOLOGI DAN PENDEKATAN STUDI

Berisi tentang metode penelitian, kerangka pemikiran, pendekatan studi serta teknik analisis yang digunakan.

BAB 5 FAKTA DAN ANALISA

Berisi tentang hasil kompilasi data survey, analisa dan perumusan rencana aksi.

BAB 6 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berisi tentang simpulan dan rekomendasi hasil analisis dan kajian, sebagai upaya tindak lanjut kegiatan pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif.

bappelitbangda



BAB 2
KERANGKA KONSEP

bappelitbangda

2.1. PEMUDA

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, pemuda adalah *warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun*. Pemuda berperan aktif sebagai kekuatan moral, kontrol sosial, dan agen perubahan dalam segala aspek pembangunan nasional.

Menurut WHO menyebut sebagai *"young people"* dengan batas usia 10-24 tahun, sedangkan usia 10-19 tahun disebut *"adolescenea"* atau remaja.

International Youth Year yang diselenggarakan tahun 1985, mendefinisikan penduduk berusia 15-24 tahun sebagai kelompok pemuda.

Dari ketiga definisi tersebut maka dapat ditarik suatu gambaran bahwa pemuda adalah individu dengan karakter yang dinamis, bahkan bergejolak dan optimis namun belum memiliki pengendalian emosi yang stabil.

Pemuda adalah aset sebuah bangsa yang tak ternilai harganya, kemajuan suatu bangsa dan negara tergantung pada para pemudanya karena mereka merupakan *Agent of Change* (agen perubahan). Dibalik semua perkembangan selalu ada pemuda yang memelopori dan mengikuti pergantian peradaban. Justru sejarah mencatat bahwa dalam perkembangan peradaban dunia telah membuktikan peran pemuda sebagai pelaku lahirnya peradaban baru.

Sistem kehidupan bangsa ini masih mampu menghasilkan pemuda-pemuda yang tangguh dan berjuang. Berbagai nada pesimis, seperti fenomena tawuran, perilaku anarkis mahasiswa, narkoba, hedonistik; memang patut diwaspadai. Mekanisme penanggulangannya dan hukum harus ditegakkan memerangi hal tersebut. Namun masih ada kantong-kantong motivasi di seluruh tanah air yang menghasilkan generasi muda yang berkarakter dalam nilai dan etika, cemerlang

dalam prestasi, atau profesional dalam bidangnya, sehingga pemuda harus didorong dan diberi kesempatan untuk maju dan berkembang.

Terdapat 5 hal penting yang harus diperhatikan oleh generasi muda Indonesia dalam menjalani kehidupan berbangsa, sehingga bisa berperan dan berpartisipasi aktif guna mewujudkan kemakmuran rakyat dan mewujudkan bangsa yang maju, kompetitif dan eksistensinya diakui oleh dunia, yaitu ;

Pertama, konteks globalisasi dan kesejahteraan. Globalisasi tidak hanya dimaknai dari aspek ekonomi semata, atau liberalisasi perdagangan. Globalisasi juga berimplikasi kepada demokratisasi, transparansi dan *accountibility* dalam segenap kehidupan. Sesungguhnya masyarakat dunia sedang menuju satu pemikiran menciptakan tata dunia yang damai, sejahtera dan menghargai martabat kemanusiaan. Konteks global saat ini adalah berpikir untuk kesejahteraan, bukan lagi keamanan atau pertahanan. Perang dianggap sebagai pikiran tradisionil, mengulang era kolonial dan fasisme. Energi lebih dominan untuk mengembangkan tata kelola pemerintahan untuk kesejahteraan penduduk di setiap negara.

Kedua, regenerasi telah berjalan. Pada saat ini, generasi Indonesia yang lahir pada tahun 1960an mendominasi jajaran manajemen pemerintahan, swasta, perguruan tinggi, LSM, atau kemasyarakatan. Generasi ini, berkembang dalam kondisi awal pembangunan (orde baru) dengan banyak keterbatasan dan perjuangan. Mereka kini sudah doktor, ahli utama, profesor, perwira, atau profesional dalam hal manajemen, sains atau teknologi dan sudah berperan dalam globalisasi dan merealisasikan kesejahteraan. Mereka ini telah menjadi leader dan manajer profesional. Generasi ini relatif bebas dari keterkaitan politik masa lalu, sehingga mampu berpikir dan bersikap obyektif memaknai pembangunan dan merealisasikan kesejahteraan bangsanya.

Ketiga, kepemimpinan. Indonesia memerlukan kepemimpinan dengan nasionalisme yang benar. Nasionalisme terbangun dari kesadaran, pemikiran, dan metode membangun dan menyelesaikan masalah secara tepat, efektif, dan bermartabat. Beruntung saat ini sudah banyak profesional yang nasionalis dan berkiprah dalam kesejahteraan bangsa. Mereka berjiwa melayani, karena tahu metodenya yakni dengan inovasi teknologi, manajemen, diperkuat konsep nilai pluralisme dan kemanfaatan bersama. Kepemimpinan Indonesia memerlukan profil *leader*, bukan seperti *bos*. ***A leader would say do it like this, like I do. A boss would***

say do this or do that. Tipe seorang bos hanya menyuruh tanpa tahu kedalaman substansi. Tipe leader menguasai substansi sehingga tepat dan efisien menuntaskan menjadi manfaat. Profil leader dimiliki oleh para profesional.

Keempat, sistem manajemen nasional. Reformasi telah membawa perubahan mekanisme kelembagaan untuk mendukung tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Sistem manajemen nasional terbangun dalam kerangka pembangunan hukum. Jajaran eksekutif, legislatif dan yudikatif berfungsi optimal. Harus diakui, jajaran eksekutif berkembang lebih cepat memahami sistem manajemen nasional untuk memandu pembangunan ekonomi. Manajemen swasta makin modern dan produktif (*good corporate governance*). Itu semua diperankan oleh leader dan manajer profesional. Sementara jajaran legislatif berkembang lambat karena terjebak dengan politik jangka pendek. Jajaran yudikatif juga berkembang baik khususnya pengawalan konstitusi dan pencegahan korupsi. Sistem manajemen nasional juga menjadi sumber kepemimpinan.

Kelima, etika dan moral. Nilai-nilai moral dan etika mementingkan pembelajaran dalam kehidupan. Hal itu dicapai melalui pendidikan formal maupun non formal sekaligus membentuk karakter seseorang; antara lain ketaqwaan, kejujuran, kerja keras, ketangguhan, keberagaman dan kemanusiaan. Implementasi etika dan moral secara alamiah diimplementasikan dalam kehidupan profesional. Mereka tidak akan bermain-main dengan amanah jabatan, kecuali kesungguhan untuk menciptakan nilai tambah, kemanfaatan bangsa dan martabat kemanusiaan. Pemimpin yang beretika dan bermoral otomatis seorang yang berkarakter, menguasai substansi, menjalankan metodologi (yang efisien) dan menyelesaikannya ke dalam manfaat sosial secara berkelanjutan.

Selanjutnya yang harus dipertimbangkan juga bahwa pemuda sebagai pewaris masa depan memiliki peran penting dalam membangun perubahan sosial (politik) yang tentunya mengarah pada pengokohan bangsa sebagai bagian dari keberlanjutan dunia yang lebih baik bagi semua umat manusia. Pendidikan menjadi salah satu faktor penting dalam memajukan kepemudaan. Namun sayangnya, dunia pendidikan kita sejak kemerdekaan hingga sekarang masih sulit untuk diprioritaskan, meskipun UUD 45 sudah mengamanatkan pentingnya pendidikan yang baik untuk sumber daya manusia bangsa ini. Pemuda harapan bangsa, "Pemuda pemilik masa depan" atau "Pemuda harus dibina" dan sebagainya,

memperlihatkan betapa saratnya nilai yang telah terlekat pada kata "pemuda" tersebut.

Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif Indonesia, terdapat relevansi yang dijumpai dimana peran pemuda sangat besar dan tinggi dalam upaya mengembangkan ekonomi kreatif yang selama ini menjadi salah satu wadah bagi pemuda dalam mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya, mengaktualisasikan jati dirinya sebagai pemuda profesional, serta salah satu wadah potensial bagi sumber mata pencahariannya. Oleh karena itu berbicara soal sosok pemuda, memang identik dengan membicarakan nilai yang dilekatkan padanya tetapi jiwa dan semangat pemuda perlu dipertimbangkan demi memajukan sektor perekonomian yang salah satunya adalah bidang ekonomi kreatif.

2.2. EKONOMI KREATIF

Ekonomi kreatif merupakan salah satu bentuk pengembangan konsep ekonomi, dimana ekonomi kreatif menekankan kreativitas dan pengolahan informasi, serta sangat mengedepankan ide dan pengetahuan sumber daya manusia.

Menurut Valentine Siagian, dkk, dalam buku Ekonomi dan Bisnis Indonesia (2020), ekonomi kreatif merupakan proses penciptaan, kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa, yang dalam prosesnya membutuhkan kreativitas dan kemampuan intelektual. Dalam hal ini, kreativitas memang sangat dibutuhkan dalam konsep ekonomi kreatif. Kreativitas tidak terbatas dalam hal penciptaan produk saja, tetapi termasuk penggunaan bahan baku dan inovasi teknologi. Dilansir dari UNCTAD (unctad.org), ekonomi kreatif atau *creative economy* adalah konsep ekonomi yang sangat mengutamakan kreativitas, penggunaan ide, pengatahuan dan teknologi untuk mengembangkan ekonomi khususnya pada bidang industri kreatif.

Mengutip dari buku Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal (2020) karya Sopanah, dkk, ekonomi kreatif memiliki enam ciri utama, yaitu:

1. Adanya kreasi intelektual

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

2. Mudah diganti

   Kreasi dan inovasi harus terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan aktivitas ekonomi. Tujuannya agar bisa diterima oleh pasar dan bermanfaat bagi konsumen.

3. Distribusi secara langsung dan tidak langsung

   Adanya distribusi secara langsung atau tidak langsung didasarkan pada kebijakan perusahaan dan kebutuhan konsumen.

4. Membutuhkan kerja sama

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

5. Berbasis pada ide

   Ide menjadi hal utama yang harus dipersiapkan dalam ekonomi kreatif. Ide sangat penting dalam mengembangkan industri kreatif dan selalu berkaitan dengan inovasi dan kreativitas.

6. Tidak memiliki batasan

   Tidak ada batasan dalam penciptaan produk. Artinya inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk selalu terjadi dan hal ini tidak memiliki batasan yang pasti.

Faktor utama yang menggerakkan produksi ekonomi kreatif adalah ide dan *stock knowlegde*. Kreativitas dan ide sangatlah penting dalam konsep ekonomi kreatif. Kreativitas harus diselaraskan dengan ide pengusaha dalam menciptakan produknya. Selain itu, ada tiga faktor pendorong dalam konsep ekonomi kreatif, yakni:

1. Kemudahan akses informasi dan komunikasi

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

2. Kemajuan teknologi

karyailmiah.itbangda

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

3. Keahlian tenaga kerja

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

Manfaatnya pengembangan ekonomi kreatif

1. Menciptakan lapangan kerja baru
2. Membuat masyarakat menjadi lebih kreatif
3. Mengurangi angka pengangguran
4. Meningkatkan inovasi di berbagai bidang
5. Menciptakan kompetisi bisnis yang lebih sehat

Sub sektor ekonomi kreatif menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terdiri dari :

1. Pengembang Permainan

   Sub sektor kekinian yang didorong masuk ke dalam dunia pendidikan, serta diperkuat dengan kebijakan proteksi untuk membangun ekosistem yang sehat dan berkontribusi dalam ekonomi kreatif.

   Industri dan ekosistem permainan (game) lokal memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam ekonomi kreatif Tanah Air. Kontribusi game untuk ekraf Indonesia pada 2017 adalah 1,93 persen PDB, dengan 44.733 jumlah tenaga kerja di sub sektor ini. Di tahun yang sama ada 51 pengembang game lokal baru yang dari tahun ke tahun bertambah jumlahnya.

2. Arsitektur

   Sub sektor ekonomi kreatif yang memiliki peranan yang penting dalam menampilkan karakter budaya bangsa, serta berperan dalam pembangunan daerah.

   Peran arsitektur di Indonesia sangat penting. Dalam hal budaya, keanekaragaman arsitektur lokal dan daerah menunjukkan karakter Bangsa Indonesia yang mempunyai beraneka ragam budaya. Sedangkan dalam hal pembangunan, arsitektur juga berperan dalam merancang dasar pembangunan daerah. Karena potensinya yang sangat besar, Kemenparekraf memasukkan

arsitektur sebagai salah satu sub sektor yang layak untuk dikelola secara lebih serius.

Saat ini, sub sektor arsitektur menghadapi berbagai macam tantangan. Salah satu di antaranya adalah kekurangan arsitek di Indonesia. Menurut data anggota Ikatan Arsitek Indonesia (IAI), jumlah arsitek di Indonesia hanya 15 ribu orang, sangat kurang jika dibandingkan dengan 250 juta penduduk Indonesia. Sedangkan tantangan lain adalah para pengembang besar lebih banyak menggunakan jasa arsitek asing daripada arsitek lokal.

Meski begitu, pembangunan sarana dan prasarana di Indonesia masih sangat membutuhkan peran arsitek. Arsitektur menjadi bagian penting dari pengembangan industri nasional yang sedang bergeser dari *raw- based economy* menjadi *knowledge-based economy*. Para arsitek pun saat ini mulai memunculkan inovasi produk arsitektur yang menyiratkan karakter budaya dan kearifan lokal.

3. Desain Interior

   Dalam dua dekade terakhir perkembangan sub sektor ini menunjukkan kemajuan yang sangat pesat yang ditandai meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap jasa desainer interior.

   Masyarakat mulai mengapresiasi estetika ruangan secara lebih baik. Penggunaan jasa desainer interior untuk merancang estetika interior hunian, hotel, dan perkantoran pun semakin meningkat. Sudah jelas bahwa potensi ekonomi dari industri desain interior sangat menjanjikan.

   Itu bisa menjadi momentum positif bagi sub sektor desain interior yang tidak boleh disia-siakan. Munculnya berbagai sekolah, konsultan, perusahaan, dan asosiasi desain interior menunjukkan adanya semangat dari sub sektor ini untuk berkembang di pasar nasional bahkan internasional. Selain itu, desain interior dengan karakter otentik Indonesia, tentu bisa dikembangkan untuk menunjukkan identitas bangsa.

4. Musik

   Musik merupakan industri cukup menjanjikan dalam dunia showbiz. Besarnya minat dan antusiasme para musisi muda untuk terjun ke dalam bidang ini menunjukkan bahwa musik punya potensi menjadi industri yang lebih besar.

5. Seni Rupa

   Indonesia memiliki potensi seni rupa terbesar di Asia Tenggara baik secara kualitas, kuantitas, pelaku kreatif, produktivitas, serta potensi pasar.

6. Desain Produk

   Desain produk merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat.

7. Fesyen

   Sub sektor industri kreatif ini berjalan sangat dinamis karena tren fashion bermunculan setiap tahun yang diiringi peningkatan daya saing signifikan di tingkat global.

8. Desain Komunikasi Visual

   Desain grafis berperan mendukung pertumbuhan bisnis hingga bahkan kelancaran program-program Pemerintah, yang dibarengi pertumbuhan praktisi lokal kompeten.

9. Televisi dan Radio

   Di tengah arus informasi digital yang masif, peranan kedua industri ini cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan dalam penyerapan tenaga kerja.

10. Kriya

    Seni kriya merupakan salah satu sub sektor yang menjadi ciri khas Bangsa Indonesia dan sangat dekat dengan industri pariwisata dan ekonomi kreatif.

11. Periklanan

    Periklanan adalah sub sektor ekonomi kreatif yang karyanya memiliki daya sebar paling tinggi. Hal ini tak lepas dari peran sinergi para pemilik modal yang ingin memasarkan produk dan jasa mereka dengan media yang dimanfaatkan.

12. Seni Pertunjukkan

    Indonesia memiliki kekayaan dan keanekaragaman seni dan tradisi pertunjukan, seperti wayang, teater, tari, dan lain sebagainya yang telah diakui dan mendapatkan apresiasi dunia internasional.

13. Penerbitan

    Sub sektor penerbitan berperan dalam membangun kekuatan intelektual bangsa dan terus berupaya untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman.

14. Aplikasi

    Seiring dengan semakin meningkatnya penetrasi smartphone, industri pengembangan aplikasi semakin meningkat dan menjadi sub sektor yang berpotensi besar ke depannya.

Sedangkan sub sektor yang ada di Kabupaten Bandung Barat selain ke 14 sub sektor tersebut adalah :

1. Kuliner

   Kuliner merupakan salah satu sub sektor yang sangat potensial dan banyak diminati, karena kuliner yang saat ini dijual dan diusahakan sudah tidak bersifat konvensional artinya hanya sekedar menjual makanan saja, melainkan membutuhkan inovasi pengembangan tidak hanya pada rasa makanan saja, melainkan juga pada varian, kemasan, teknik menjual dan promosi, serta suasana/lingkungan/tempat penyajian/penjualan.

2. Fotografi

   Merupakan salah satu sub sektor ekonomi kreatif potensial khususnya bagi segmen remaja/kawula muda, dimana produk yang dihasilkan mampu mendorong tumbuh kembangnya sektor pariwisata dan secara tidak langsung dapat menjadi sumber mata pencaharian yang potensial bagi pelakunya.

3. Film Animasi Video

   Tentu saja sangat dibutuhkan orang yang memiliki kemampuan dan kreativitas di dalam bidang ini. Mulai dari pembuatan film atau video, pemotretan di bidang fotografi, hingga mengedit hasil dari ketiganya untuk kemudian disebarluaskan.

   Jika tidak memiliki ide yang kreatif maka film yang dihasilkan akan sangat monoton dan gambar yang dihasilkan akan terlihat biasa saja. Maka dari itu konsep ekonomi kreatif sangat dibutuhkan di dalam bidang ini.

   Konsep tersebut bisa dijadikan sebagai penunjang saat ingin memproduksi sebuah film atau video. Sehingga film yang dihasilkan akan terlihat lebih menarik.

2.3. PROFESIONAL

Profesional adalah istilah bagi seseorang yang menawarkan jasa atau layanan sesuai dengan protokol dan peraturan dalam bidang yang dijalaninya dan menerima gaji sebagai upah atas jasanya. Orang tersebut juga merupakan anggota

suatu entitas atau organisasi yang didirikan seusai dengan hukum di sebuah negara atau wilayah. Meskipun begitu, sering kali seseorang yang merupakan ahli dalam suatu bidang juga disebut "profesional" dalam bidangnya meskipun bukan merupakan anggota sebuah entitas yang didirikan dengan sah. Sebagai contoh, dalam dunia olahraga terdapat olahragawan profesional yang merupakan kebalikan dari olahragawan amatir yang bukan berpartisipasi dalam sebuah turnamen/ kompetisi demi uang.

Karyawan profesional adalah seorang karyawan yang digaji dan melaksanakan tugas sesuai juklak (Petunjuk Pelaksanaan) dan juknis (Petunjuk Teknis) yang dibebankan kepada dia. Sangat wajar jika dia mengerjakan tugas sesuai Juklak dan Juknis dan meminta upah atas pekerjaannya tersebut. Karena profesional adalah terkait dengan pendapatan, tidak hanya terkait dengan keahlian.

Kriteria utama dari profesional adalah pengetahuan seorang pakar/ahli (*expert*) dan terkhusus mengenai bidang tempat orang tersebut berkarya dengan profesional.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), profesional adalah memerlukan kepandaian khusus untuk menjalankannya. Profesional adalah suatu istilah yang bersangkutan dengan profesi. Profesional memang berkaitan dengan istilah-istilah lainnya yang berakar dari kata profesi.

Profesi adalah bidang pekerjaan yang dilandasi pendidikan keahlian (keterampilan, kejuruan, dan sebagainya) tertentu. Profesi merupakan bagian dari pekerjaan, tetapi tidak semua pekerjaan adalah profesi. Seorang yang profesional adalah seseorang yang menjalankan profesinya secara benar dan melakukannya menurut etika dan sikap-sikap profesional.

Sementara itu, profesionalisme memiliki arti mutu, kualitas, dan tindak tanduk yang merupakan ciri suatu profesi atau orang yang profesional. Selain itu, profesionalitas adalah kemampuan untuk bertindak secara profesional.

Menurut KBBI, terdapat tiga arti profesional, yang pertama adalah profesional menurut kata sifat yaitu bersangkutan dengan profesi. Kedua, profesional diartikan dengan memerlukan kepandaian khusus untuk menjalankannya.

Pengertian lain datang dari pembahasan filsafat terkait kata profesional. Profesional memiliki ikatan kuat dengan kata profesi dan profesionalisme. Kata

profesi diartikan dengan pekerjaan yang menghasilkan nafkah, dengan mengandalkan keahlian dan keterampilan khusus.

2.3.1. Kode Etik Profesional

Kode etik profesi adalah acuan perilaku perseorangan atau korporasi yang dianggap harus diikuti pelaku aktivitas profesional. Kode etik berbeda beda sesuai dengan profesi yang digeluti oleh masing-masing profesi. Kode etik profesional hadir sebagai seseorang agar keahlian dan keterampilan yang dimiliki tidak disalahgunakan untuk mencelakai orang lain.

Kode etik profesi diperlukan untuk melindungi keluhuran suatu profesi dari oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab, dan memiliki niat untuk mencoreng nama baik suatu profesi. Kode etik ini dapat membantu memantau profesionalitas seorang profesional. Melalui kode etik, masyarakat mendapat jaminan keselamatan dari para profesional yang telah mereka beri kepercayaan untuk urusan tertentu. Hal ini dapat meminimalisir kemungkinan kerugian yang diakibatkan oleh kelalaian profesional, baik secara sengaja ataupun tidak.

2.3.2. Ciri Profesional

Standar profesional adalah seperangkat praktik, etika, dan perilaku yang harus dipatuhi oleh anggota kelompok profesional tertentu. Rangkaian standar ini sering kali disetujui oleh badan pengatur yang mewakili kepentingan grup.

Contoh standar profesional meliputi:

1. Akuntabilitas – bertanggung jawab atas tindakan mereka
2. Kerahasiaan – dapat menjaga kerahasiaan semua informasi penting
3. Kejujuran – memiliki karakter yang jujur
4. Integritas – memiliki prinsip moral yang kuat
5. Taat hukum – mengikuti semua hukum yang mengatur di yurisdiksi tempat mereka melakukan aktivitas
6. Loyalitas – memiliki komitmen yang kuat pada profesinya
7. Objektivitas – tidak terpengaruh atau dipengaruhi oleh bias
8. Transparansi – mengungkapkan semua informasi yang relevan dan tidak menyembunyikan apapun sesuai dengan porsinya

2.3.3. Mewujudkan Sikap Profesional

Guna mewujudkan sikap professional dalam berbagai bidang, terdapat beberapa faktor penting yang harus dilaksanakan, yaitu :

1. Kembangkan Keterampilan

   Untuk mengembangkan keterampilan, banyak langkah yang dapat diambil, seperti :

   a. Melatih keterampilan komunikasi

      Keterampilan komunikasi merupakan cara yang harus dimiliki dan dikuasai oleh seseorang guna dapat membentuk sikap profesional. Karena dengan keterampilan komunikasi yang baik akan dengan mudah memahami tujuan percakapan dan bersikap empati terhadap orang lain saat berkomunikasi, sehingga dapat mempengaruhi kesan pertama yang baik bagi orang lain.

   b. Mengemmbangkan keterampilan interpersonal

      Keterampilan interpersonal adalah kemampuan seseorang secara efektif untuk berinteraksi dengan orang lain maupun dengan rekan kerja, dengan karakter interpersonal dapat mendukung dalam mewujudkan sikap profesional ; seperti pendengar yang baik, menyampaikan pendapat secara jelas dan bekerja dalam satu tim.

2. Membangun Hubungan Profesional

   Hubungan profesional dapat diartikan sebagai hubungan yang membangun sesama rekan kerja melalui keahlian dan keterampilan yang dimiliki satu sama lain. Dengan perbedaan keterampilan yang dimilki oleh masing-masing orang akan membantu tim kerja semakin baik.

   Sikap-sikap dalam membangun hubungan yang lebih profesional antar sesama rekan kerja, antara lain :

   a. Menawarkan bantuan tanpa diminta

      Sebagian orang yang bekerja akan membantu ketika mereka diminta, tetapi menawarkan bantuan sebelum orang lain meminta akan membuat hubungan berbeda dan terbangun kebersamaan.

   b. Menunjukkan apresiasi di setiap langkah

      Salah satu kunci untuk membina hubungan profesional yang kuat adalah keharusan menghormati dan menghargai kepada semua orang yang bekerja dilingkungannya. Memberi penghargaan kepada orang lain yang telah bekerja

dengan benar, menawarkan bimbingan (bukan kritik) tentang bagaimana tugas itu bisa diselesaikan dengan lebih efektif dan efisien, serta bersikap tulus dalam menghargai orang lain, memberi tahu/ mengingatkan orang lain jika terjadi kesalahan atas pekerjaan yang mereka lakukan.

c. Menunjukkan minat pada rekan kerja dan karyawan

Dalam banyak pekerjaan, mudah bagi karyawan/pegawai untuk merasa seperti roda penggerak daripada individu. Jika ingin membangun dan membina hubungan profesional yang kuat, tunjukkan minat yang nyata pada kehidupan rekan kerja dan karyawan. Ingatlah bahwa setiap karyawan adalah manusia yang memiliki pengalaman berarti dan memiliki pikiran serta perasaan pribadi.

d. Membangun networking

Jaringan adalah model penting guna membangun dan memperluas hubungan profesional. Hal yang perlu dipertimbangkan dalam membangun jaringan, antara lain ; memiliki visi, misi dan tujuan yang sama/selaras dan didukung oleh keterampilan yang tepat.

3. Mengatur Pengembangan Karir

Memegang kendali penuh atas pengembangan karir ditentukan sepenuhnya oleh kendali sendiri. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk karir:

a. Bertanggung jawab terhadap tindakan yang dilakukan

Belajar untuk tidak menyalahkan dan jangan terlalu defensif terkait kesalahan yang diperbuat. Hendaknya kesalahan-kesalahan yang telah diperbuat jadikan sebagai pengalaman belajar atau proses pembelajaran guna dapat meningkatkan kemampuan yang dimiliki.

b. Motivasi diri sendiri

Dalam dunia profesional, tidak ada orang yang akan membantu dalam mengatur waktu atau memotivasi untuk selalu mengembangkan dan menghadapi semua pekerjaan yang diemban. Kekuatan dan tanggung jawab yang kita miliki akan menjadi motivator diri sendiri. Seiring berjalannya waktu dengan motivasi yang dibangun dan ditumbuhkan diri sendiri lambat laun akan dapat menumbuhkan kekuatan dalam mengambil risiko dengan baik, memunculkan ide-ide baru yang sekaligus dapat memotivasi diri sendiri.

c. Berani untuk bertanya

Upaya meminta bantuan, meminta klarifikasi atau meminta promosi, idealnya untuk tidak malu harus dipertanyakan. Sebab dengan keberanian untuk bertanya, mengklarifikasi bahkan meminta dipromosikan merupakan salah satu proses pembelajaran guna mengembangkan karir seseorang.

d. Buat SMART Goals

Tujuan atau goals merupakan faktor penting guna dapat memperbaiki diri sendiri, baik dalam kehidupan pribadi maupun kehidupan profesional. Sebab orang yang memiliki tujuan hidup yang terukur dan jelaslah yang akan mampu menjadi orang bersikap profesinal dan karirnya berkembang.

Guna dapat mencapai tujuan hidup/berkarya maka perlu adanya tools yang dapat mengukur capaian tujuan yang ditetapkan, yaitu ; S.M.A.R.T. (Specific, Measurable, Achievable, Result-focused, and Time-bound) tujuan masing masing.

2.3.4. Sikap-Sikap Profesional

Profesional adalah seseorang yang menjalankan profesinya secara benar dan sesuai etika. Ia menjalankan profesi atau pekerjaannya dengan menerapkan sikap-sikap profesional. Berikut sikap-sikap profesional, meliputi :

- Punya komitmen yang tinggi.
- Tanggung jawab.
- Berpikir sistematis, apa yang dilakukannya dan belajar dari pengalamannya.
- Penguasaan materi, menguasai materi secara mendalam mengenali pekerjaan yang dilakukannya.

Profesionalisasi atau proses profesional adalah proses evolusi yang menggunakan pendekatan organisasi dan sistematis untuk mengembangkan profesi ke arah status profesional. Untuk mengukur profesionalisme diperlukan standar dengan pendekatan sebagai berikut :

- Pendekatan berorientasi filosofis.
- Pendekatan perkembangan bertahap.
- Pendekatan berorientasi karakteristik.
- Pendekatan berorientasi non-tradisional.

2.3.5. Konsep Profesional

Konsep profesional adalah melihat bagaimana para profesional ini memandang profesinya, yang tercermin dari sikap dan perilakunya. Hal ini berdasarkan penelitian yang dikembangkan oleh Hall, adalah sebagai berikut :

1. Afiliasi komunitas (*community affilition*). Hal ini menggunakan ikatan profesi sebagai acuan, termasuk di dalamnya organisasi formal atau kelompok-kelompok kolega informal sumber ide utama pekerjaan. Melalui ikatan profesi ini para profesional membangun kesadaran profesi.
2. Kebutuhan untuk mandiri (*autonomy demand*). Ini merupakan suatu pandangan bahwa seseorang yang profesional harus mampu membuat keputusan sendiri tanpa tekanan dari pihak lain (pemerintah, klien, mereka yang bukan anggota profesi). Rasa kemandirian dapat berasal dari kebebasan melakukan apa yang terbaik menurut yang bersangkutan dalam situasi khusus.
3. Keyakinan terhadap peraturan sendiri/profesi (*belief self regulation*). Hal ini maksudnya bahwa yang paling berwenang dalam menilai pekerjaan profesional adalah rekan sesama profesi, bukan "orang luar" yang tidak mempunyai kompetensi dalam bidang ilmu dan pekerjaan mereka.
4. Dedikasi pada profesi (*dedication*). Hal ini digambarkan dari dedikasi profesional dengan menggunakan pengetahuan dan kecakapan yang dimiliki. Keteguhan tetap untuk melaksanakan pekerjaan meskipun imbalan ekstrinsik dipandang berkurang. Sikap ini merupakan ekspresi dari pencurahan diri yang total terhadap pekerjaan. Pekerjaan didefinisikan sebagai tujuan. Totalitas ini sudah menjadi komitmen pribadi, sehingga kompensasi utama yang diharapkan dari pekerjaan adalah kepuasan rohani dan setelah itu baru materi.
5. Kewajiban sosial (s*ocial obligation*). Kewajiban sosial merupakan pandangan tentang pentingnya profesi serta manfaat yang diperoleh baik oleh masyarakat maupun profesional karena adanya pekerjaan tersebut.

2.4. PROFESIONALITAS

2.4.1. Pengertian

Pengertian profesionalitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002:897), profesionalisme adalah mutu, kualitas, dan tindak-tanduk yang merupakan ciri suatu profesi atau orang yang ahli di bidangnya, atau profesional.

Pengertian profesionalitas adalah sebutan terhadap kualitas sikap para anggota suatu profesi terhadap profesinya serta derajat pengetahuan dan keahlian yang mereka miliki untuk melakukan tugas-tugasnya.

Berbeda dengan pengertian profesionalisme yang merupakan sebutan yang mengacu pada sikap mental dalam bentuk komitmen dari para anggota suatu profesi untuk senantiasa mewujudkan dan meningkatkan kualitas keprofesionalannya.

Pengertian profesionalitas lebih menggambarkan suatu keadaan derajat keprofesian seseorang dilihat dari sikap, pengetahuan, dan keahlian yang diperlukan untuk melaksanakan tugas.

Profesionalitas dapat dipandang sebagai suatu paham tentang komunikasi pengetahuan yang langsung terwujud dalam pembelajaran dan pengalaman individu atau kelompok. Bentuk komunikasi yang dimaksud tidak hanya menjalankan arus utama pada lembaga sosial, tetapi juga langsung pada spesialisasi lembaga pendidikan dan pelatihan.

Profesionalitas bukanlah suatu konsep yang sederhana sebab merupakan bagian dari hubungan dengan masyarakat, sehingga pelaksanaan akan membawa perubahan langsung, pada manajemen yang baik dan benar, yang akan berarti juga merupakan suatu masalah yang sangat serius.

Profesionalitas mengacu pada sikap profesional para anggota profesi terhadap profesinya serta derajat pengetahuan dan keahlian yang mereka miliki dalam rangka melakukan pekerjaannya.

Seorang profesional mempunyai makna ahli (*expert*) dengan pengetahuan yang dimiliki melayani pekerjaannya, memiliki tanggungjawab (*responsibility*) atas keputusannya baik intelektual maupun sikap, serta memiliki rasa kesejawatan menjunjung tinggi etika profesi dalam suatu organisasi yang dinamis.

bappelitbangda

2.4.2. Karakteristik Profesionalitas

Beberapa karakteristik dari seorang profesionalitas antara lain :

1. Merasa bangga dengan pekerjaannya dan menunjukkan komitmen terhadap kualitas;
2. Mempunyai tanggung jawab yang besar dapat mengantisipasi sehingga dapat berinisiatif;
3. Ingin menyelesaikan pekerjaan dengan tuntas dan ikut terlibat dalam tugas di luar peranan yang ditugaskan kepadanya;
4. Ingin terus belajar untuk meningkatkan kemampuannya dan meningkatkan kemampuannya untuk melayani;
5. Mendengar kebutuhan para pelanggan serta dia adalah pemain dalam satu tim;
6. Dapat dipercaya dan jujur, terus terang dan loyal;
7. Terbuka terhadap kritik yang konstruktif dan mau meningkatkan dan menyesuaikan diri

2.5. Profesional Pemuda

Mengacu pada definisi pemuda dan definisi profesional, maka dapat didefinisikan profesional pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun yang memiliki sikap, pengetahuan, dan keahlian di bidangnya. Berdasarkan definisi/pengertian profesional pemuda tersebut, maka dapat ditetapkan/dirumuskan indikator-indikatornya adalah sebagai berikut :

1. Berusia 16 – 30 Tahun;
2. Bersikap ; jujur, tanggung jawab, loyal, terbuka, memegang teguh komitmen;
3. Berpengetahuan ; secara terus menerus berupaya meningkatkan kemampuan dan kreatif.
4. Berkeahlian ; memiliki keahlian spesifik dan inovatif dalam melaksanakan pekerjaan/tugasnya sehingga memunculkan ide-ide baru dan berdaya saing.

bappelitbangda



BAB 3
PROFIL PEMUDA DAN EKRAF KABUPATEN BANDUNG BARAT

3.1. PROFIL PENDUDUK KABUPATEN BANDUNG BARAT

Jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat Tahun 2020 adalah 1.788.336 jiwa dan mengalami kenaikan sebesar 1,65% atau 1.817.770 jiwa dengan laju pertumbuhan 0,02 dan kepadatan mencapai 1.392,1 jiwa/Km^2. Jumlah penduduk terbesar adalah Kecamatan Lembang sebanyak 200.180 jiwa, diikuti oleh jumlah penduduk di Kecamatan Padalarang sebesar 184.507 jiwa, jumlah penduduk Kecamatan Ngamprah sebanyak 181.131 jiwa. Untuk mengetahui jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat per kecamatan dapat dilihat pada tabel 3.1. dan gambar 3.1. berikut :

Tabel 3.1. Jumlah Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Bandung Barat Tahun 2021

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Laju Pertumbuhan Penduduk	Kepadatan Penduduk
1	Rongga	61.796	0,02	546,29
2	Gununghalu	79.871	0,01	497,20
3	Sindangkerta	74.910	0,02	621,81
4	Cililin	97.295	0,02	1250,74
5	Cihampelas	135.085	0,02	2874,76
6	Cipongkor	101.635	0,02	1271,07
7	Batujajar	109.776	0,02	3426,22
8	Saguling	34.448	0,02	669,41
9	Cipatat	142.624	0,02	1131,49
10	Padalarang	184.507	0,02	3589,63
11	Ngamprah	181.131	0,02	5030,02
12	Parongpong	114.489	0,01	2535,75
13	Lembang	200.180	0,01	2094,81
14	Cisarua	80.240	0,01	1456,00
15	Cikalong Wetan	130.274	0,02	1153,58
16	Cipeundeuy	89.509	0,02	885,44
Kabupaten		1.817.770	0,02	1.392,11

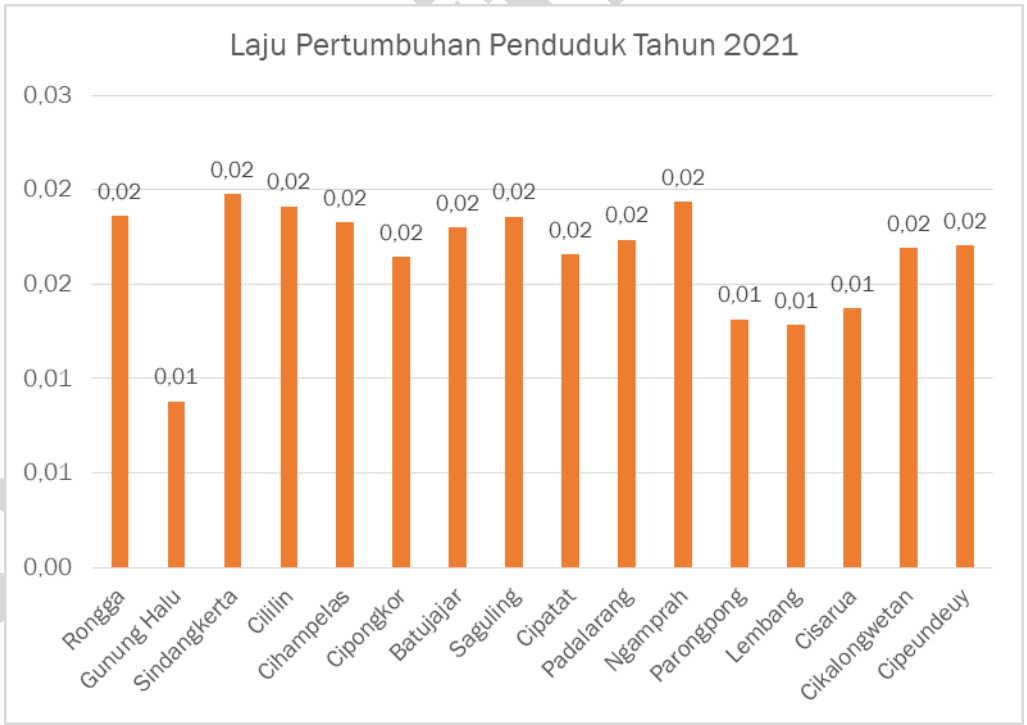
Sumber : BPS Kabupaten Bandung Barat, 2021

kppeltbangda



Gambar 3.1. Jumlah Penduduk Kabupaten Bandung Barat Tahun 2021

Sedangkan laju Pertumbuhan dan kepadatan penduduk Kabupaten Bandung Barat Tahun 2021 dapat dilihat pada gambar 3.2 dan 3.3.



Gambar 3.2. Laju Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Bandung Barat Tahun 2021



Gambar 3.3. Kepadatan Penduduk Kabupaten Bandung Barat Tahun 2021

3.2. PROFIL PEMUDA KABUPATEN BANDUNG BARAT

3.2.1. Jumlah Pemuda Kabupaten Bandung Barat

Berdasarkan data Hasil Sensus Penduduk BPS Tahun 2020, jumlah pemuda (usia 16-30 tahun) Kabupaten Bandung Barat adalah 454.470 jiwa atau 25,4% dari total jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat 1.788.336 jiwa. Sedangkan jumlah pemuda (usia 16-30 tahun) Kabupaten Bandung Barat tahun 2021 adalah 465.730 jiwa atau 25,62% dari total jumlah penduduk Kabupaten Bandung Barat 1.817.770 jiwa. Jumlah pemuda terbanyak adalah di Kecamatan Lembang sebesar 51.729 jiwa atau 11,11% dari jumlah total pemuda, diikuti oleh Kecamatan Padalarang sebesar 47.326 jiwa atau 10,16% dari total jumlah pemuda, serta Kecamatan Ngamprah sebesar 45.502 jiwa atau 9,77% dari total jumlah pemuda di Kabupaten Bandung Barat.

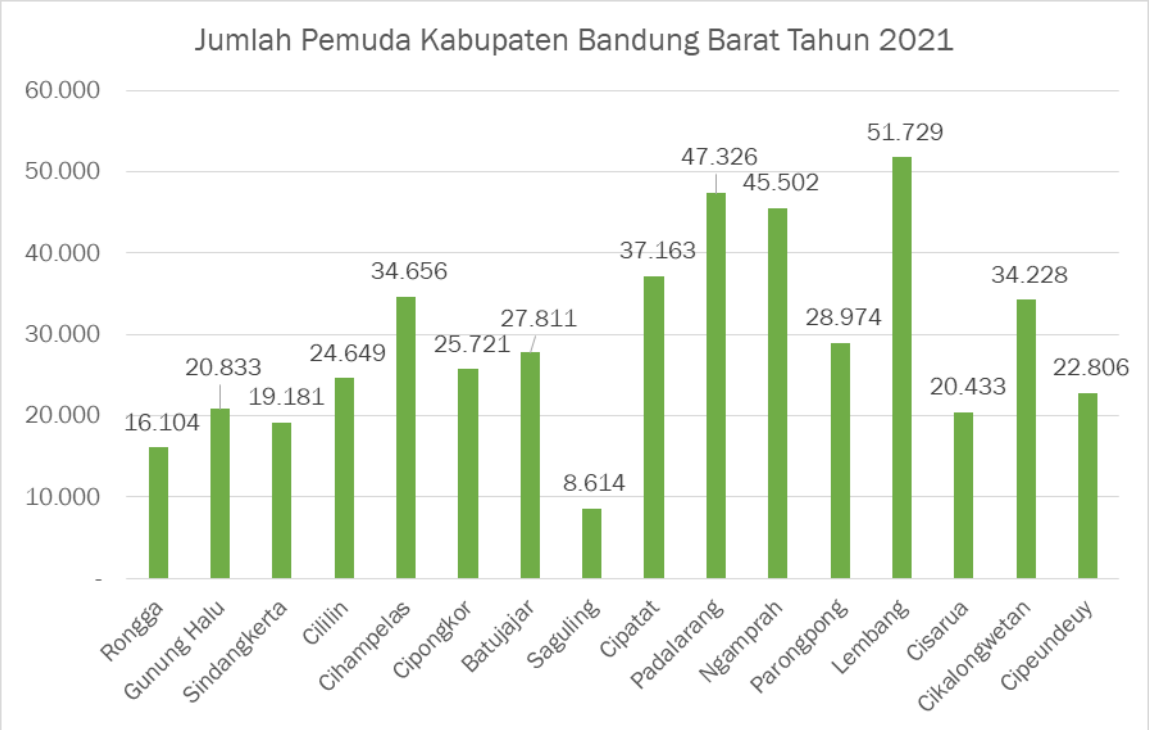
Untuk mengetahui jumlah pemuda di Kabupaten Bandung Barat per kecamatan dapat dilihat pada tabel berikut :

bappelitbangda

Tabel 3.2. Jumlah Pemuda di Kabupaten Bandung Barat per Kecamatan Tahun 2021

No	Kecataman	Penduduk		Jumlah Penduduk	Penduduk (Usia 16 -30 Thn)		Jumlah Pemuda	Sex Ratio Pemuda	Persen Pemuda Thd Jml
		Laki-Laki	Perempuan		Laki-Laki	Perempuan			
1	Rongga	31.781	30.015	61.796	8.358	7.746	16.104	107,90	26,06
2	Gunung Halu	41.152	38.719	79.871	10.754	10.079	20.833	106,70	26,08
3	Sindangkerta	37.878	37.032	74.910	9.951	9.230	19.181	107,81	25,61
4	Cililin	50.028	47.267	97.295	12.819	11.830	24.649	108,36	25,33
5	Cihampelas	69.382	65.703	135.085	18.049	16.607	34.656	108,68	25,65
6	Cipongkor	51.790	49.845	101.635	13.312	12.409	25.721	107,28	25,31
7	Batujajar	55.739	54.037	109.776	14.250	13.561	27.811	105,08	25,33
8	Saguling	17.632	16.816	34.448	4.465	4.149	8.614	107,62	25,01
9	Cipatat	72.915	69.709	142.624	19.358	17.805	37.163	108,72	26,06
10	Padalarang	93.774	90.733	184.507	24.326	23.000	47.326	105,77	25,65
11	Ngamprah	92.037	89.094	181.131	23.491	22.011	45.502	106,72	25,12
12	Parongpong	58.448	56.041	114.489	14.805	14.169	28.974	104,49	25,31
13	Lembang	102.606	97.574	200.180	26.402	25.327	51.729	104,24	25,84
14	Cisarua	40.915	39.325	80.240	10.784	9.649	20.433	111,76	25,46
15	Cikalongwetan	66.611	63.663	130.274	17.726	16.502	34.228	107,42	26,27
16	Cipeundeuy	45.721	43.788	89.509	11.674	11.132	22.806	104,87	25,48
JUMLAH		**928.409**	**889.361**	**1.817.770**	**240.524**	**225.206**	**465.730**	**106,80**	**25,62**

Sumber: BPS KBB diolah dalam Profil Kepemudaan, Dispora, 2021



Gambar 3.4. Jumlah Pemuda Kabupaten Bandung Barat per Kecamatan Tahun 2021

3.2.2. Profil Pemuda Berdasarkan Pendidikan

Pembangunan di bidang pendidikan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia diperuntukkan bagi seluruh masyarakat tanpa memandang usia. Bagi pemuda, pendidikan merupakan suatu hal yang sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup di masa depan. Pendidikan penting untuk menciptakan sumber daya manusia berkualitas. Pendidikan juga memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan tenaga kerja maupun peningkatan produktivitas tenaga kerja bagi pemuda.

Jumlah pemuda Kabupaten Bandung Barat berdasarkan jenjang pendidikan yang ditempuh Tahun 2020 adalah sebagai berikut :

1. Tidak punya ijazah SD : 40.812 orang
2. SD Sederajat : 154.474 orang
3. SMP Sederajat : 113.664 orang
4. SMA ke atas : 145.520 orang

Sedangkan jumlah pemuda Kabupaten bandung Barat berdasarkan jenjang pendidikan yang ditempuh Tahun 2021 adalah sebagai berikut :

1. Tidak punya ijazah SD : 33.812 orang
2. SD Sederajat : 185.548 orang
3. SMP Sederajat : 114.802 orang
4. SMA ke atas : 131.568 orang

Berdasarkan hasil pendataan jumlah pemuda per jenjang pendidikan terlihat bahwa tahun 2021 pemuda yang tidak memiliki ijazah SD mengalami penurunan sebanyak 7.000 orang atau 20,7% dari jumlah pemuda yang tidak memiliki ijazah SD tahun 2020, pemuda dengan jenjang pendidikan SD sederajat mengalami kenaikan sebesar 31.074 orang atau 20,11% dari jumlah pemuda yang tingkat pendidikannya SD sederajat tahun 2020, Pemuda berjenjang pendidikan SMP sederajat mengalami kenaikan sebanyak 1.138 orang atau 1% dari jumlah pemuda yang tingkat pendidikannya SMP sederajat pada tahun 2020, sedangkan untuk pemuda berjenjang pendidikan SMA keatas mengalami penurunan sebanyak 13.952 orang atau 9,6% dari jumlah pemuda yang tingkat pendidikannya SMA keatas pada tahun 2020.

Jumlah pemuda yang tidak punya ijazah SD terbanyak tahuin 2021 adalah di kecamatan Lembang berjumlah 3.756 orang diikuti oleh pemuda di kecamatan

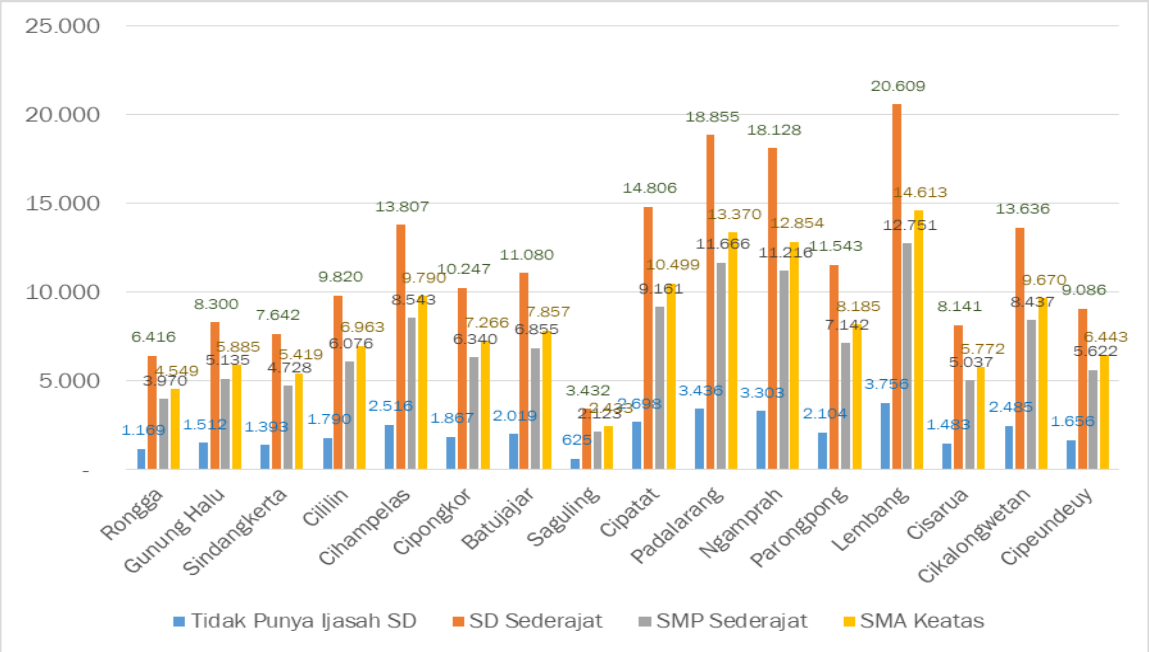
bappelitbangda

Padalarang 3.436 orang dan di kecamatan Ngamprah 3.303 orang. Demikian juga untuk memiliki ijazah SD sederajat, SMP sederajat dan SMA keatas tahun 2021 terbanyak adalah di kecamatan Lembang diikuti oleh kecamatan Padalarang dan Ngamprah. Untuk mengetahui lebih jelas jumlah pemuda berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 3.3 dan gambar 3.5.

Tabel 3.3. Jumlah Pemuda Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Pendidikan Tahun 2021

No	Kecataman	Penduduk (Usia 16 -30 Thn)		Jumlah Pemuda				
		Laki-Laki	Perempuan		Tidak Punya Ijasah SD	SD Sederajat	SMP Sederajat	SMA Keatas
1	Rongga	8.358	7.746	16.104	1.169	6.416	3.970	4.549
2	Gunung Halu	10.754	10.079	20.833	1.512	8.300	5.135	5.885
3	Sindangkerta	9.951	9.230	19.181	1.393	7.642	4.728	5.419
4	Cililin	12.819	11.830	24.649	1.790	9.820	6.076	6.963
5	Cihampelas	18.049	16.607	34.656	2.516	13.807	8.543	9.790
6	Cipongkor	13.312	12.409	25.721	1.867	10.247	6.340	7.266
7	Batujajar	14.250	13.561	27.811	2.019	11.080	6.855	7.857
8	Saguling	4.465	4.149	8.614	625	3.432	2.123	2.433
9	Cipatat	19.358	17.805	37.163	2.698	14.806	9.161	10.499
10	Padalarang	24.326	23.000	47.326	3.436	18.855	11.666	13.370
11	Ngamprah	23.491	22.011	45.502	3.303	18.128	11.216	12.854
12	Parongpong	14.805	14.169	28.974	2.104	11.543	7.142	8.185
13	Lembang	26.402	25.327	51.729	3.756	20.609	12.751	14.613
14	Cisarua	10.784	9.649	20.433	1.483	8.141	5.037	5.772
15	Cikalongwetan	17.726	16.502	34.228	2.485	13.636	8.437	9.670
16	Cipeundeuy	11.674	11.132	22.806	1.656	9.086	5.622	6.443
JUMLAH		**240.524**	**225.206**	**465.730**	**33.812**	**185.548**	**114.802**	**131.568**

Sumber: BPS KBB diolah dalam Profil Kepemudaan, Dispora, 2021



Gambar 3.5. Jumlah Pemuda Kabupaten Bandung Barat berdasarkan Pendidikan Tahun 2021

3.2.3. Profil Pemuda Berdasarkan Ketenagakerjaan

Pemuda mempunyai potensi yang cukup besar dalam dunia ketenagakerjaan dibandingkan dengan kelompok usia lainnya bila dilihat dari faktor usia, karena usia pemuda adalah seluruhnya merupakan komposisi penduduk yang termasuk dalam usia kerja.

Isu pemuda perlu menjadi pemikiran dan prioritas pembangunan melalui penyusunan kebijakan dan program pembangunan di bidang ketenagakerjaan. Kondisi dan situasi ketenagakerjaan pemuda yang dibahas pada bab ini meliputi angka partisipasi angkatan kerja pemuda, tingkat pengangguran pemuda dan lapangan usaha bagi pemuda yang bekerja.

1. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Pemuda

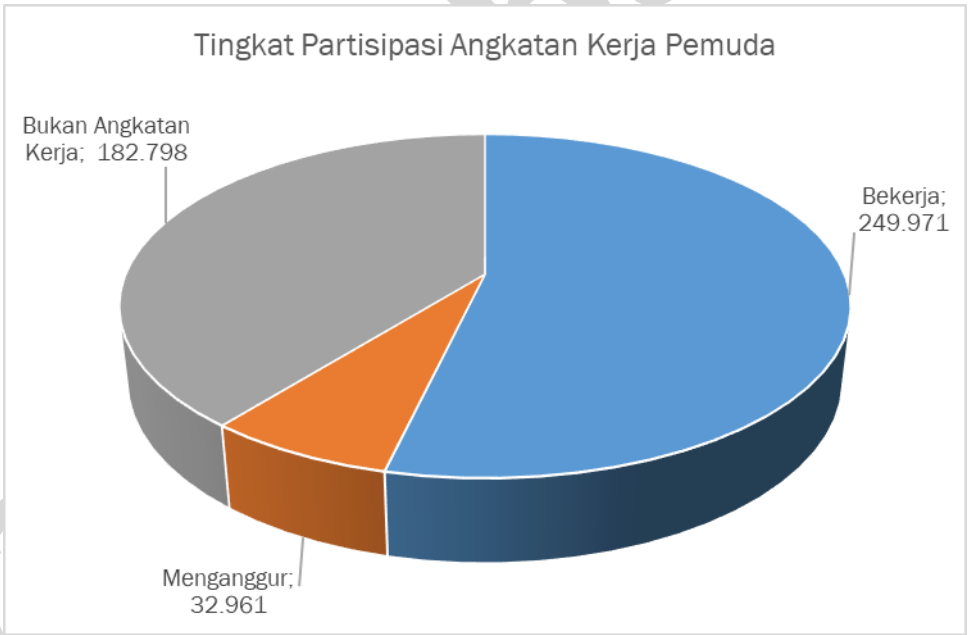
   Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) merupakan salah satu indikator atau ukuran yang sering dipakai untuk melihat fluktuasi dari partisipasi penduduk usia kerja dalam kegiatan ekonomi. TPAK didefinisikan sebagai perbandingan antara penduduk yang terlibat dalam kegiatan ekonomi atau disebut angkatan kerja (bekerja atau mencari pekerjaan) terhadap seluruh penduduk usia kerja. Pada kelompok pemuda, TPAK merupakan proporsi pemuda (penduduk usia 16-30 tahun) yang terlibat dalam kegiatan ekonomi terhadap pemuda itu sendiri. Pada tahun 2020, sebanyak 59,9% pemuda atau 272.273 orang, termasuk dalam angkatan kerja dimana 238.920 orang atau 52,6% pemuda Kabupaten Bandung Barat adalah bekerja dan 33.353 orang atau 7,34% pemuda adalah menganggur. Sedangkan berdasar usia kerja pemuda, sebanyak 182.197 orang termasuk dalam bukan angkatan kerja dan sedang bersekolah, mengurus rumah tangga dan lainnya atau sebesar 40,1%. Sedangkan untuk tahun 2021 berdasarkan BPS KBB adalah jumlah angkatan kerja pemuda adalah 282.932 orang atau 60,75% dari jumlah total pemuda. Dimana angkatan kerja pemuda terdiri dari yang bekerja sebanyak 249.971 orang atau 53,67% dan menganggur sebanyak 32.961 orang atau 7,1%, serta pemuda yang termasuk bukan angkatan kerja adalah sebanyak 182.798 orang atau 39,25%.

bappelitbangda

Tabel 3.4. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Pemuda Tahun 2021

No	Kecataman	Penduduk (Usia 16 -30 Thn)		Jumlah Pemuda	Angkatan Kerja Pemuda		Bukan Angkatan Kerja
		Laki-Laki	Perempuan		Bekerja	Menganggur	
1	Rongga	8.358	7.746	16.104	8.643	1.140	6.321
2	Gunung Halu	10.754	10.079	20.833	11.182	1.474	8.177
3	Sindangkerta	9.951	9.230	19.181	10.294	1.358	7.529
4	Cililin	12.819	11.830	24.649	13.229	1.745	9.675
5	Cihampelas	18.049	16.607	34.656	18.601	2.453	13.602
6	Cipongkor	13.312	12.409	25.721	13.806	1.820	10.095
7	Batujajar	14.250	13.561	27.811	14.927	1.968	10.916
8	Saguling	4.465	4.149	8.614	4.623	610	3.381
9	Cipatat	19.358	17.805	37.163	19.947	2.630	14.586
10	Padalarang	24.326	23.000	47.326	25.402	3.349	18.575
11	Ngamprah	23.491	22.011	45.502	24.422	3.220	17.860
12	Parongpong	14.805	14.169	28.974	15.551	2.051	11.372
13	Lembang	26.402	25.327	51.729	27.764	3.661	20.304
14	Cisarua	10.784	9.649	20.433	10.967	1.446	8.020
15	Cikalongwetan	17.726	16.502	34.228	18.372	2.422	13.434
16	Cipeundeuy	11.674	11.132	22.806	12.241	1.614	8.951
JUMLAH		**240.524**	**225.206**	**465.730**	**249.971**	**32.961**	**182.798**

Sumber: BPS KBB diolah dalam Profil Kepemudaan, Dispora, 2021



Gambar 3.6. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Pemuda Tahun 2021

2. Lapangan pekerjaan Pemuda yang Bekerja

Lapangan usaha menunjukkan bidang kegiatan dari pekerjaan/usaha dimana seseorang bekerja. Komposisi pemuda yang bekerja menurut lapangan usaha

merupakan salah satu indikator untuk melihat potensi sektor perekonomian dalam menyerap tenaga kerja pemuda. Selain itu, indikator ini juga digunakan untuk melihat gambaran secara makro struktur perekonomian suatu wilayah serta perkembangannya.

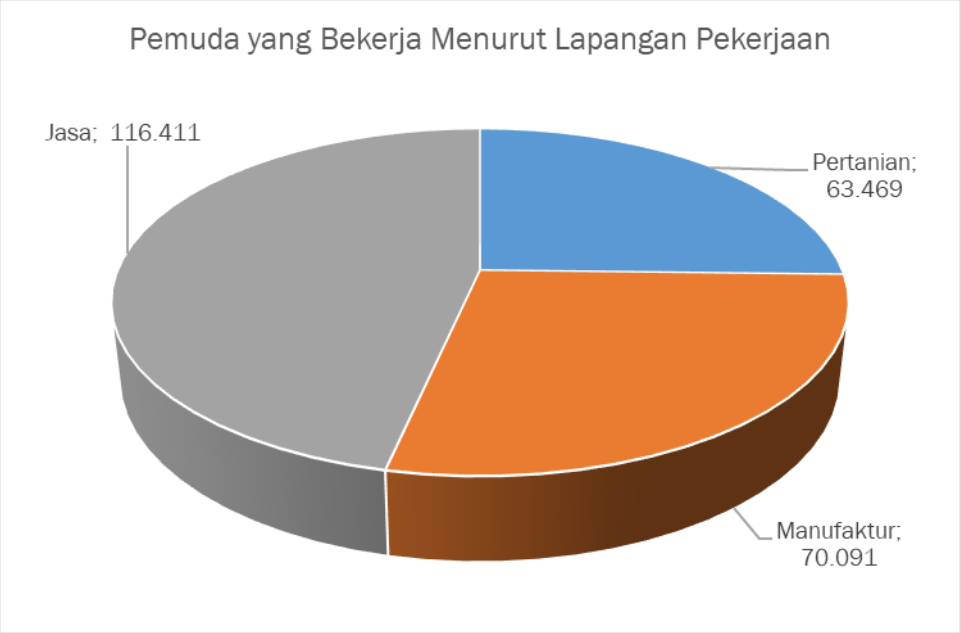
Pada Tahun 2020 dari 238.920 pemuda yang bekerja di Kab. Bandung Barat, berdasarkan tiga pilihan lapangan pekerjaan utama pemuda, dimana sektor jasa masih menjadi primadona pemuda Bandung Barat untuk bekerja dengan serapan tenaga kerja pemuda sebanyak 109.640 atau sebesar 45,7%, yang kedua sektor manufaktur yang menyerap tenaga kerja pemuda sebanyak 68.211 jiwa atau 28,5% dan terakhir pilihan pemuda pada lapangan usaha untuk menggarap lahan pertanian menyerap tenaga kerja pemuda sebanyak 61.069 atau 25,6%.

Sedangkan pada tahun 2021 dari 249.971 pemuda yang bekerja, di sektor jas merupakan yang terbesar yaitu 116.411 orang atau 46,57%, diikuti oleh sektor/bidang manufaktur yaitu sebanyak 70.091 orang atau 28,04% dan sektor/bidang pertanian sebanyak 63.469 orang atau 25,39%.

Tabel 3.5. Jenis Lapangan Pekerjaan Pemuda yang Bekerja Tahun 2021

No	Kecataman	Penduduk (Usia 16 -30 Thn)		Jumlah Pemuda	Jumlah Pemuda yang Bekerja	Pemuda yang Bekerja Menurut Lapangan Pekerjaannya		
		Laki-Laki	Perempuan			Pertanian	Manufaktur	Jasa
1	Rongga	8.358	7.746	16.104	8.643	2.194	2.423	4.026
2	Gunung Halu	10.754	10.079	20.833	11.182	2.839	3.135	5.208
3	Sindangkerta	9.951	9.230	19.181	10.294	2.614	2.886	4.794
4	Cililin	12.819	11.830	24.649	13.229	3.359	3.709	6.161
5	Cihampelas	18.049	16.607	34.656	18.601	4.723	5.216	8.662
6	Cipongkor	13.312	12.409	25.721	13.806	3.505	3.871	6.430
7	Batujajar	14.250	13.561	27.811	14.927	3.790	4.186	6.951
8	Saguling	4.465	4.149	8.614	4.623	1.174	1.296	2.153
9	Cipatat	19.358	17.805	37.163	19.947	5.065	5.593	9.289
10	Padalarang	24.326	23.000	47.326	25.402	6.450	7.123	11.829
11	Ngamprah	23.491	22.011	45.502	24.422	6.201	6.848	11.373
12	Parongpong	14.805	14.169	28.974	15.551	3.948	4.361	7.242
13	Lembang	26.402	25.327	51.729	27.764	7.049	7.785	12.930
14	Cisarua	10.784	9.649	20.433	10.967	2.785	3.075	5.107
15	Cikalongwetan	17.726	16.502	34.228	18.372	4.665	5.152	8.555
16	Cipeundeuy	11.674	11.132	22.806	12.241	3.108	3.432	5.701
JUMLAH		**240.524**	**225.206**	**465.730**	**249.971**	**63.469**	**70.091**	**116.411**

Sumber: BPS KBB diolah dalam Profil Kepemudaan, Dispora, 2021



Gambar 3.7. Lapangan Pekerjaan Pemuda yang Bekerja Tahun 2021

3.3. PROFIL EKRAF KABUPATEN BANDUNG BARAT

3.3.1. Perkembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat

Perkembangan ekonomi kreatif di Bandung Barat terus menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang bergerak dalam ekonomi kreatif dan menunjukkan eksistensi dan prestasinya dalam menampilkan produk – produk yang inovatif dan penuh dengan kreatifitas. Delapan dari tujuh belas sub sektor ekonomi kreatif telah berkembang dengan cukup baik di Bandung Barat yaitu sub sektor kuliner, fashion, kriya, film, desain produk, seni pertunjukan, musik dan seni rupa. Tiga sub sektor unggulan yaitu kuliner, seni pertunjukan dan film menjadi prioritas pengembangan tahun 2018 disamping sub sektor lainnya yang juga turut memperkuat perekonomian masyarakat di Bandung Barat.

Berbicara mengenai ekonomi kreatif di Bandung Barat tidak dapat dilepaskan dari sektor pariwisata sebagai entry point pembangunan di Bandung Barat. Dalam RPJMD Kabupaten Bandung Barat, ekonomi kreatif menjadi isu strategis yang diprioritaskan mengingat potensi wisata alam dan budaya daerah yang masih sangat membutuhkan pengelolaan yang tepat agar mampu memberikan nilai tambah ekonomi yang optimal bagi daerah serta mampu meningkatkan daya

bappelitbangda

saing perekonomian masyarakat sekaligus meningkatkan PDRB Kabupaten Bandung Barat.

Beberapa penghargaan telah diraih oleh para pelaku ekonomi kreatif Bandung Barat tidak hanya di tingkat Kabupaten tapi juga di tingkat Provinsi dan Nasional. Di sub sektor musik JEI Angklung tidak hanya memperoleh penghargaan di tingkat Provinsi tapi juga kini telah melanglang buana hingga ke mancanegara untuk memperkenalkan jenis musik kolaborasi etnik yang berbasis pada sumberdaya lokal. Sementara Arga Studio salah satu sanggar seni pertunjukkan juga telah menunjukkan prestasinya dalam berbagai event Fashion Carnival tidak hanya di tingkat Provinsi tapi juga event yang berskala nasional. Komunitas kopi Bandung Barat juga memperoleh penghargaan di tingkat internasional menjadi Juara 2 dalam *Festival Specialty Coffe Association of America Expo* di Atlanta, Amerika Serikat tahun 2016 dan lagi-lagi kopi Bandung Barat Anomali Coffe Gunung Halu - Silver Gourmett menjadi salah satu yang mendapat penghargaan Agency for the Valorization of the Agricultural Products (AVPA) Gourmet Product di pameran SIAL Paris, Perancis 23 Oktober 2018 dalam ajang SIAL Agrofood, salah satu pameran agrofood terbesar di dunia. Capain ini tentu sangat membanggakan walaupun bila dibandingkan dengan potensi yang ada sebenarnya peluang prestasi ekonomi kreatif yang bisa diraih jauh lebih besar bila didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai.

Dalam upaya semakin mempercepat pengembangan ekonomi kreatif di Bandung Barat telah dibangun MoU kesepakatan antara Pemerintah Bandung Barat dan BEKRAF RI tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat pada tanggal 28 September 2017 di Mason Pine Hotel, Kota Baru Parahyangan – Padalarang yang kemudian ditindaklanjuti dengan beberapa kegiatan yang pembiayaannya difasilitasi langsung oleh BEKRAF-RI di Kabupaten Bandung Barat antara lain :

- Bimbingan Teknis Pengembangan Audio Visual Komunitas Film, Animasi dan Video Kabupaten Bandung Barat, 17-19 November 2017
- Workshop Peningkatan Kesiapan Akses Permodalan Non Perbankan Untuk Pelaku Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat, 23 April 2018
- Kegiatan Workshop Standarisasi Produk Kreatif: Strategi Pemasaran Produk Kreatif Ke Luar Negeri yang diselenggarakan oleh Direktorat Pengembangan

bappelitbangda

Pasar Luar Negeri Deputi Pemasaran BEKRAF-RI di Hotel Mason Pine tanggal Mei 2018

- Kegiatan Festival Soto Nusantara dilaksanakan pada tanggal 7 Juli 2018 di Bale Pare, Kota Baru Parahyangan – Padalarang
- Aktivasi Ekosistem Seni Pertunjukan di Nu Art Sculpture Park, 14 September 2018
- Kegiatan Workshop Konfig Kreatif : Pendampingan dan Penguatan Komunitas Film Daerah di Hotel Mason Pine, 18 – 20 September 2018
- Kegiatan Kombet Kreatif : Workshop Storytelling Produk Kreatif di Kabupaten Bandung Barat dilaksanakan di Balai Seni Barli tanggal 3 – 5 Oktober 2018

3.3.2. Potensi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat

Kabupaten Bandung Barat memiliki banyak potensi ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan dalam upaya pengentasan kemiskinan dan penciptaan lapangan kerja di masyarakat. Dari 17 sub sektor tidak kurang dari 15 sub sektor diantaranya tersedia dan berkembang dengan cukup baik diantaranya seni pertunjukan, kuliner, film animasi video, fashion/feysen, kriya, musik, desain produk, desain interior, seni rupa, fotografi, arsitektur, periklanan, DKV, penerbitan, serta Radio TV Jumlah pelaku ekonomi kreatif yang tercatat di Kabupaten Bandung Barat sebanyak kurang lebih 1.475 orang dari berbagai sub sektor dengan asumsi bahwa jumlah tersebut diprediksikan akan terus bertambah seiring dengan dinamika wilayah yang terus berkembang.

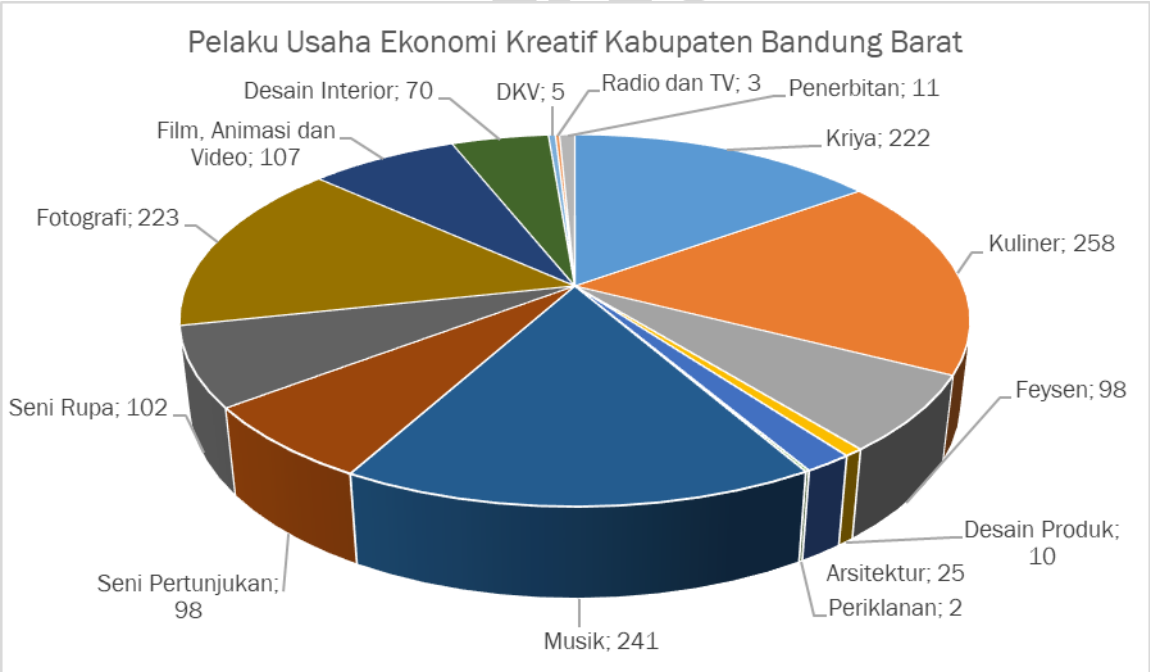
Jumlah pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat per sub sektor dapat dilihat pada tabel 3.6.

bappelitbangda

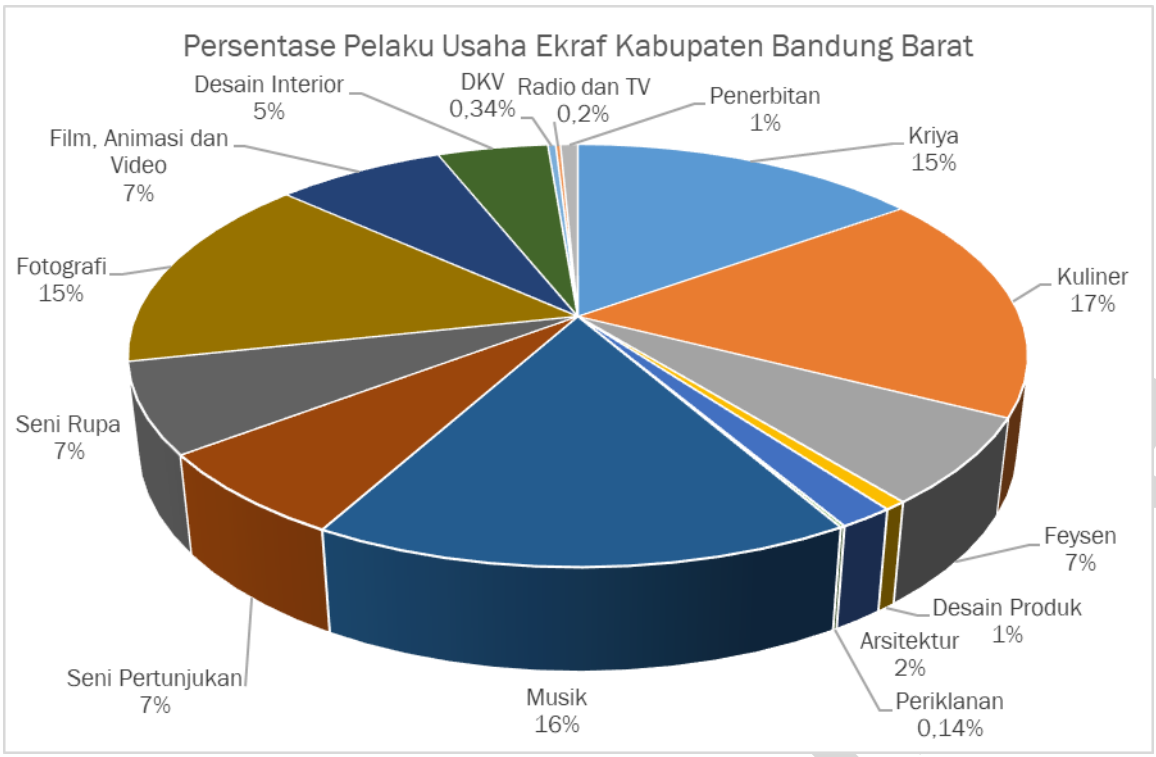
Tabel 3.6. Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif KBB Tahun 2021

No.	Sub Sektor	Jumlah
1	Kriya	222
2	Kuliner	258
3	Feysen	98
4	Desain Produk	10
5	Arsitektur	25
6	Periklanan	2
7	Musik	241
8	Seni Pertunjukan	98
9	Seni Rupa	102
10	Fotografi	223
11	Film, Animasi dan Video	107
12	Desain Interior	70
13	DKV	5
14	Radio dan TV	3
15	Penerbitan	11
Jumlah		**1.475**

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, 2021



Gambar 3.8. Pelaku Ekonomi Kreatif KBB Tahun 2021



Gambar 3.9. Persentase Pelaku Ekraf KBB per Sub Sektor Tahun 2021

Kegiatan Kombet Kreatif : Workshop Storytelling Produk Kreatif di Kabupaten Bandung Barat dilaksanakan di Balai Seni Barli tanggal 3 – 5 Oktober 2018

















bappeda

Kegiatan Festival Soto Nusantara dilaksanakan di Bale Pare,
Kota Baru Parahyangan – Padalarang
Sabtu, 7 Juli 2018


















FESTIVAL SOTO NU ANTARA

BE
KRAF

BE
KRAF
FESTIVAL SOTO NUSAN RA


KRAF
FESTIVAL SOTO NUSANTARA






















bappeda

Kegiatan Workshop Konfig Kreatif : Pendampingan dan Penguatan Komunitas Film Daerah di Hotel Mason Pine, 18 – 20 September 2018







bappeltbangda

Aktivasi Ekosistem Seni Pertunjukan di Nu Art Sculpture Park,
14 September 2018









bappeda



BAB 4
METODOLOGI DAN PENDEKATAN STUDI

4.1. METODOLOGI

4.1.1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan berdasarkan tahapan pelaksanaan pekerjaan adalah sebagai berikut :

1. Observasi untuk mendapatkan pemahaman terhadap pekerjaan secara keseluruhan ditempuh metode sebagai berikut :
   a. Telaahan pustaka, mempelajari peraturan - peraturan dan pustaka/literatur yang memiliki relevansi terkait kepemudaan dan ekonomi kreatif.
   b. Observasi langsung di lapangan, melakukan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian guna mendapatkan gambaran pekerjaan dan menganalisis gejala - gejala yang terjadi.
   c. Wawancara, melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden yang dapat memberikan keterangan atau infomasi yang diperlukan dalam pelaksanaan pekerjaan.
   d. Diskusi, melakukan tukar menukar pengetahuan dan pengalaman guna menyamakan persepsi, mengidentifikasi dan menyusun alternatif pemecahan masalah dengan semua pihak
2. Pengumpulan Data yang dikumpulkan berdasarkan sumbernya terdiri atas data primer dan sekunder.
   a. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumber data
   b. Data sekunder adalah data yang bersumber dari laporan atau referensi
3. Analisis Data berdasarkan kegiatan analisis yang dilaksanakan maka teknik analisis yang digunakan adalah analisa kebijakan, analisa sosial ekonomi dan

bappelitbangda

analisa pengembangan dengan menggunakan metode diskusi, eksplorasi, work desk.

4. Pelaporan dan Penyajian setiap tahapan pekerjaan ini diikuti dengan laporan kemajuan pekerjaan. Adapun jenis dan jumlah laporan tersebut akan diatur sebagai berikut ;
   a. Laporan Pendahuluan
   b. Laporan Akhir
   c. Ringkasan Eksekutif

4.1.2. Kerangka Pemikiran

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Indonesia adalah bagian dari proses dan tujuan dalam pembangunan nasional Indonesia. Oleh karena itu, pikiran-pikiran pembangunan yang berkembang di Indonesia dewasa ini sangat dipengaruhi oleh kesadaran yang makin kuat akan tidak terhindarnya keikutsertaan bangsa Indonesia dalam proses global yang sedang berlangsung itu. Diharapkan proses ini membawa keuntungan dan mendorong proses pembangunan nasional.

Pada waktu yang bersamaan, bangsa Indonesia juga menghadapi tantangan untuk mengejar ketertinggalan dari bangsa-bangsa lain yang telah lebih dahulu maju. Oleh karena itu, pembangunan bangsa yang maju dan mandiri, untuk mewujudkan kesejahteraan, mengharuskan dikembangkannya konsep pembangunan yang bertumpu pada manusia dan masyrakatnya. Atas dasar itu, untuk mencapai tujuan pembangunan yang demikian, titik berat pembangunan diletakkan pada bidang ekonomi dengan kualitas sumber daya manusia.

Konsep indikator pembangunan manusia sebagai ukuran pembangunan yang sejajar dengan indikator pendapatan per kapita dan laju pertumbuhan. Semuanya terkait dengan proses pergolakan sosial yang berlangsung dalam tiga dasawarsa terakhir sejak tahun 60 an. Peningkatan kualitas sumber daya manusia sebagai rangkaian upaya untuk mewujudkan manusia seutuhnya dan masyarakat Indonesia seluruhnya mencakup pembangunan manusia, sebagai insan memberikan tekanan pada harkat, martabat, hak, dan kewajiban manusia yang tercermin dalam nilai-nilai yang terkandung dalam diri manusia baik segi etika, estetika, maupun logika yang meliputi nilai-nilai rohaniah kepribadian dan kejuangan.

Dalam konteks pembangunan nasional, pembangunan manusia yang seutuhnya, kemampuan profesional dan kematangan kepribadian saling memperkuat satu sama lain. Profesionalisme dapat turut membentuk sikap dan perilaku serta kepribadian yang tangguh, sementara kepribadian yang tangguh merupakan prasyarat dalam membentuk profesionalisme. Minimal ada empat kebijakan pokok dalam upaya peningkatan SDM yaitu: Peningkatan kualitas hidup yang meliputi baik kualitas manusianya seperti jasmani dan rohani, serta kualitas kehidupannya seperti perumahan dan pemukiman yang sehat; Peningkatan kualitas SDM yang produktif dan upaya pemerataan penyebarannya; Peningkatan kualitas SDM yang berkemampuan dalam memanfaatkan, mengembangkan, dan menguasai IPTEK yang berwawasan lingkungan, serta pengembangan pranata yang meliputi kelembagaan dan peran hukum yang mendukung upaya peningkatan kualitas SDM.

Peningkatan kapasitas dan kualitas suatu bangsa melalui pembangunan SDM yang unggul merupakan tugas bersama dalam menciptakan bangsa yang kuat dan negara yang makmur. Melalui SDM yang unggul, tangguh dan berkualitas baik secara fisik dan mental akan berdampak positif tidak hanya terhadap peningkatan daya saing dan kemandirian bangsa, namun juga dalam mendukung pembangunan nasional. Dalam kaitan ini, terdapat beberapa hal yang harus menjadi prioritas utama dalam pembangunan kualitas SDM antara lain, *pertama,* adalah sistem pendidikan yang baik dan bermutu. Untuk mencapai hal tersebut, maka diperlukan penataan terhadap sistem pendidikan secara menyeluruh, terutama berkaitan dengan kualitas pendidikan, serta relevansinya dengan kebutuhan masyarakat dan dunia kerja. Pemerintah dalam hal ini memiliki peran penting dalam penyelenggaraan sistem pendidikan yang efektif dan efisien, berorientasikan pada penguasaan IPTEK serta merata di seluruh pelosok tanah air.

Kedua adalah penguatan peran agama dalam kehidupan sosial bermasyarakat dalam rangka memperkokoh jati diri dan kepribadian bangsa (*character building*). *Ketiga* adalah peningkatan kapasitas SDM melalui berbagai Diklat, kompetensi, pembinaan dan lain-lain. Tenaga kerja profesional dan terampil sesuai tuntutan/kebutuhan pasar merupakan faktor keunggulan suatu bangsa dalam menghadapi persaingan global.

Pemerintah memegang peranan penting dalam menyiapkan program-program strategis guna menghasilkan SDM berkualitas dan siap memasuki pasar kerja. *Terakhir,* adalah pembinaan dan pengembangan masyarakat terutama generasi muda. Sebagai penopang utama dalam roda pembangunan, pemberdayaan generasi muda diharapkan dapat menciptakan generasi yang kreatif, inovatif dan berdaya saing tinggi. Karakteristik generasi muda seperti inilah yang diharapkan mampu berkonstribusi dan memenangkan persaingan global.

Mempertimbangkan peran strategis SDM bagi akselerasi pembangunan negara, kebijakan dan langkah strategis program kerja yang komperehensif mesti terwujud agar dapat mencetak banyak SDM Indonesia yang unggul dan mampu bersaing di tingkat global. Sinergi kebijakan antar pemangku kepentingan pada sektor terkait dan lintas sektor juga mutlak diperlukan guna menyatukan sumber daya dan potensi yang ada bagi percepatan pembangunan SDM Indonesia.

Upaya tersebut tentu saja membutuhkan kerjasama dari semua pihak khususnya keluarga dalam hal pemberian pendidikan dan keahlian sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemerintah. Kesadaran serta semangat untuk terus meningkatkan kualitas diri dan daya saing juga diperlukan dari generasi muda yang merupakan agen pembangunan bagi bangsa ini. Selain itu, diperlukan pengawasan dan evaluasi untuk memastikan program-program yang ada berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan produktifitas tenaga kerja khususnya generasi muda. Dengan SDM yang berkualitas, target dalam pembangunan Indonesia akan lebih mudah tercapai.

4.2. PENDEKATAN STUDI

Konsep pendekatan studi yang ditetapkan dan akan diimplementasikan terdiri dari :

1. Pendekatan Normatif

Konsep Pendekatan Normatif	Dalam pendekatan *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat* bertumpu pada prosedur/skema tertentu, dengan memperhatikan

seluruh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan pencapaian tujuan tertentu.

Ciri-Ciri Pendekatan Normatif

- Bersifat jangka panjang
- Bersifat komprehensif
- Pengembangan kebijakan didasari oleh norma-norma dan standar-standar, dan kurang dilandasi dengan penelitian lapangan / kenyataan.
- Memberikan langkah-langkah penyelesaian secara tuntas (*final*).
- Dalam perumusan strategi, faktor-faktor eksternal kurang diperhatikan.

2. *Pendekatan Sistematik*

Konsep Pendekatan Sistematik

Perencanaan yang terpadu perlu didasarkan pada :

- Kajian komprehensif, utuh dan tuntas atas isu-isu perencanaan pengadaan barang dan jasa pemerintah.
- Kajian kontijen dan kontekstual
- Kajian historik dan antisipatif tentang *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat* serta dampaknya.
- Kajian yang lengkap, yang memiliki tatanan dan struktur yang jelas

Proses perencanaan tersebut berorientasi pada antisipasi permasalahan *pembangunan pemuda dan pengembangan ekonomi kreatif* yang bersifat kompleks, oleh karena itu harus bersifat *cyclic* dan memasukkan umpan balik pada berbagai tahapannya, dimana input dan output divalidasi dengan adanya umpan balik. Proses perencanaan seperti tersebut di atas membutuhkan pendekatan sistem, dengan demikian dapat dikatakan bahwa proses perencanaan dengan karakteristik tersebut di atas dapat juga

bappelitbangda

disebut sebagai perencanaan sistemik.

Adapun konsep sistem dalam perencanaan adalah :

- Terbentuk dari sejumlah unsur (elemen) dan hubungan (relasi) yang terdapat diantara unsur-unsur itu.
- Terbentuk pada waktu sekelompok unsur yang memiliki interaksi yang kaya diberi batasan jelas yang memisahkannya dari kelompok unsur lain yang memiliki interaksi yang kurang intensitasnya.
- Akan memiliki masukan (*input*) dan keluaran (*output*) yang memiliki wujud fisik atau abstrak.
- Mengubah masukan menjadi keluaran.
- Memiliki proses internal yang berfungsi sebagai umpan balik (*feed back*), artinya perilaku dari satu unsur akan menjadi umpan balik langsung atau tidak langsung bagi unsur yang mengawali perilaku itu.
- Memiliki unsur atau hubungan yang atributnya ditentukan oleh cara pengukurannya.
- Karakteristik sistem dalam proses perencanaan.
- Sistem bersifat organik dan terbuka.

  Dalam arti bahwa sistem bersifat responsif terhadap perubahan lingkungan, karena batasan yang memisahkan sistem dari lingkungan bersifat permeabel, yang memungkinkan masukan (*input*) masuk dan keluaran (*output*) keluar dengan mudah.

Ciri-Ciri Pendekatan Sistematik

- Sistem memiliki stabilitas yang dinamik (*Homeostatis*).

  Setiap unsur sistem perlu beradaptasi atau berubah sambil menjalani proses transformasi yang stabil. Sistem memiliki nuansa sosio-politik

bappelitbangda

yang kuat. *Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat* adalah suatu proses sosio-politik yang berurusan dengan banyak pihak yang memiliki kepentingan yang berbeda, bekerja dalam situasi konflik, dan memerlukan campur tangan kekuasaan.

- Sistem memiliki identitas yang mantap.
- Sistem terus berkembang secara terkendali.
- Dalam sistem terdapat proses berbagi informasi yang lancar diantara unsur-unsurnya.
- Unsur-unsur sistem selalu saling menyesuaikan diri dan saling mendukung untuk membangun sinergi.

Untuk mendukung *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat* dalam lingkup wilayah dan situasi permasalahan yang cukup kompleks, pendekatan sistem dalam proses kajian dengan karakteristik di atas, dianggap sesuai untuk dapat memenuhi tuntutan kebutuhan perencanaan saat ini.

Kelebihan Pendekatan Sistemik

- Mampu merekam dinamika *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat* di masa lalu dalam periode yang sama dengan periode peramalan jangka pendek maupun jangka menengah.
- Mampu mensintesakan kompleksitas permasalahan yang terjadi, baik secara fisik dan non fisik, dengan mempertimbangkan banyak variabel yang dianggap berpengaruh.

bappelitbangda

- Mampu menganalisa struktur permasalahan yang kompleks, yang terjadi pada suatu lingkup wilayah kajian.
- Memungkinkan adanya proses iterasi dalam melakukan analisa bila terjadi perubahan-perubahan tertentu (iteratif).
- Mampu menganalisa semua sub sistem *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat* (comprehensive-ness).
- Mampu menghasilkan simulasi-simulasi secara cepat dan akurat.
- Mampu memprediksi dampak dan pengaruh dari berbagai alternatif kebijakan *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat* yang akan ditetapkan, sehingga dapat digunakan sebagai alat pemberi peringatan dini apabila suatu kebijaksanaan diterapkan atau tidak diterapkan.
- Menggunakan data spesifik dan tidak sekedar memanfaatkan data sekunder yang telah ada.
- Mempertimbangkan isu sosial politik.
- Mampu menggambarkan perubahan kebijakan dari waktu ke waktu.

Dengan teknik / pendekatan sistem, proses *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat* diharapkan dapat dilakukan melalui serangkaian kegiatan simulasi, sebagai sarana untuk menentukan pengambilan keputusan yang tepat mengenai kebijakan-kebijakan pembangunan kepemudaan dan pengembangan ekonomi kreatif.

bappelitbangda

Dengan pendekatan ini, diharapkan prediksi dampak dari penerapan berbagai skenario kebijakan *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat*, baik yang bersifat parsial maupun menyeluruh dapat dilakukan. Dengan kata lain, teknik/pendekatan ini dapat berfungsi sebagai "*Early Warning System*" dari penerapan suatu *penelitian Kajian Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat*, sehingga dapat dipilih skenario kebijakan yang paling optimal, dan apabila terdapat konsekuensi-konsekuensi tertentu akibat penerapan kebijakan tersebut dapat dipersiapkan langkah-langkah untuk mengantisipasinya sedini mungkin.

bappelitbangda



BAB 5
FAKTA DAN ANALISA

bappelitbangda

5.1. FAKTA

Pemuda yang profesional didefinisikan sebagai pemuda yang memiliki derajat pengetahuan dan keahlian serta kualitas sikap sungguh-sungguh dalam melaksanakan tugasnya.

Bertolak dari pengertian dan definisi tersebut maka dapat ditetapkan indikator pemuda yang profesional adalah pemuda yang memiliki derajat pengetahuan (*knowledge*), keahlian yang mumpuni (*skill*) dan sikap yang sungguh-sungguh (*attitude*) dalam melaksanakan tugasnya.

Dalam upaya mengetahui keprofesionalan pemuda dalam menumbuhkan usaha ekonomi kreatif, maka disusun dan dibuat daftar pertanyaan/kuesioner yang mencakup ketiga indikator yang telah dirumuskan (derajat pengetahuan, keahlian dan sikap) sebagai berikut :

1. Pertanyaan terkait dengan Keahlian (*skill*), antara lain :
   a. Bagaimana pendapat Saudara tentang kesesuaian minat, bakat dan keahlian dengan pekerjaan/bidang usaha yang digeluti?
   b. Bagaimana pendapat Saudara tentang kepuasan atas hasil kerja/karya yang dihasilkan dalam menggeluti pekerjaan/usaha?
2. Pertanyaan terkait Pengetahuan (*knowledge*), antara lain :
   a. Bagaimana pendapat Saudara tentang keharusan melaksanakan inovasi dan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan melalui pelatihan, fasilitasi bimtek, sertifikasi?
   b. Bagaimana pendapat Saudara tentang upaya mengantisipasi tingginya persaingan dunia usaha?

3. Pertanyaan terkait Sikap (*attitude*), antara lain :
   a. Bagaimana pendapat Saudara tentang prospek usaha yang digeluti saat ini?
   b. Apakah sikap dan tindakan Saudara dalam menghadapi kendala-kendala dalam bekerja/berusaha?

Kuesioner/daftar pertanyaan disebar ke pelaku usaha ekonomi kreatif yang terkategorikan sebagai pemuda yaitu berusia 16 s.d 30 tahun. Untuk kelancaran pelaksanaan survei maka diperlukan pemenuhan tahapan-tahapan yang harus dilaksanakan. Tahapan tersebut meliputi ; penyiapan kuesioner, menentukan sampel, mengumpulkan data, dan mengolah data survey.

1. Penyiapan bahan
   a. Kuesioner dalam menilai profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif ditetapkan dengan memenuhi indikator profesionalisme pemuda yang terdiri dari ; *skill, attitude* dan *knowledge.*
   b. Bagian dari Kuesioner dibagi atas 2 (dua) bagian yaitu : Bagian I : Identitas responden meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan, yang berguna untuk menganalisis profil responden dalam penilaiannya. Bagian II : Pendapat responden tentang pelayanan.
   c. Bentuk Jawaban Bentuk jawaban pertanyaan dari setiap indikator secara umum mencerminkan tingkat profesionalisme pemuda, yaitu dari yang sangat baik sampai dengan tidak baik. Untuk kategori tidak baik diberi nilai persepsi 1, kurang baik diberi nilai persepsi 2, baik diberi nilai 3, sangat baik diberi nilai persepsi 4.
2. Penetapan Responden, Lokasi dan Waktu Pengumpulan Data
   a. Jumlah Responden

      Responden pemuda pelaku ekraf ditetapkan berdasarkan data yang diperoleh dari data yang sudah terdokumentasikan/terkompilasi pemuda pelaku ekraf di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yakni berjumlah 60 pemuda dan yang mengisi kuesioner sebanyak 58 responden/pemuda.

   b. Lokasi

      Lokasi pengumpulan data adalah di Kabupaten Bandung Barat.

   c. Waktu pengumpulan data

      Waktu pengumpulan data berkisar 4 minggu.

bappelitbangda

3. Penyebaran dan pengisian kuesioner

   Kuesioner diisi langsung oleh responden dengan didampingi oleh surveyor atau diisi dan dikumpulkan sesuai kesepakatan dengan surveyor.

4. Pengolahan Data

   Pendekatan perhitungan nilai rata-rata tertimbang berdasarkan literatur Statistik Ekonomi dan Bisnis karangan Nata Wirawan (2016) dan Statistika untuk Penelitian karangan Sugiyono (2015), dimana berdasarkan hasil analisa dan pendekatan studi yang dilakukan oleh konsultan mengacu pada referensi/ literature tersebut diperoleh hasil bahwa daftar pertanyaan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif terhadap 3 indikator yang terdiri dari 6 unsur pertanyaan yang dikaji/dinilai, setiap pertanyaan memiliki penimbang yang sama dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Bobot nilai rata-rata tertimbang} = \frac{1}{\Sigma \text{ unsur}}$$

$$\text{Nilai rata-rata tertimbang} = \text{nilai rata-rata per unsur} * (\text{bobot nilai rata-rata tertimbang})$$

$$\text{Nilai indeks profesional} = \Sigma \text{ Nilai rata-rata tertimbang}$$

Berkaitan dengan pengolahan data dalam kajian yang dilakukan, maka diperoleh :

$$\text{Bobot nilai rata-rata tertimbang} = \frac{1}{6} = 0{,}17$$

Nilai rata-rata tertimbang = nilai rata-rata per pertanyaan * 0,17

Nilai indeks profesional = Σ Nilai rata-rata tertimbang

Intepretasi nilai persepsi berdasarkan modifikasi skala likert empat skala, dimana masing-masing skala diintepretasikan kedalam nilai skala dan intepretasi kinerja/kualitatif dari terendah ke tertinggi.

bappeda bangda

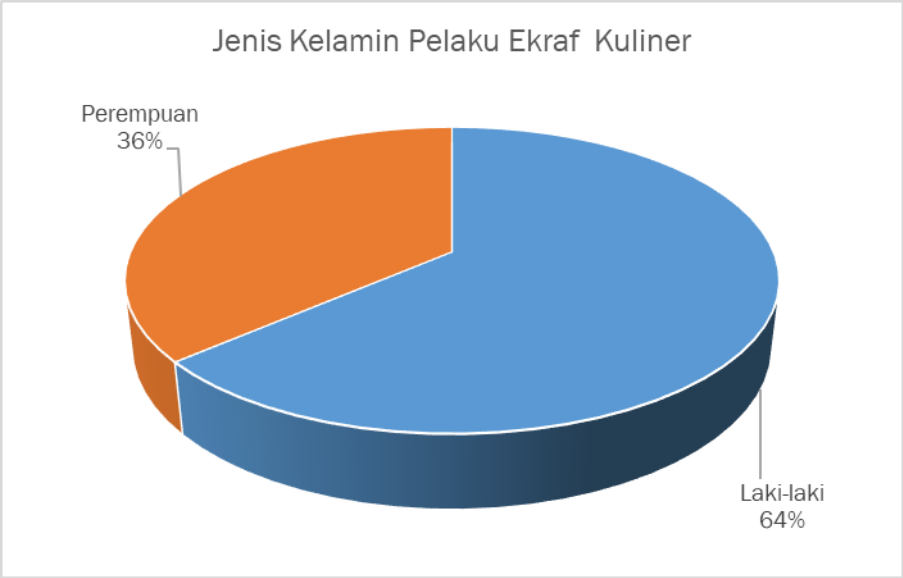
Intepretasi nilai indeks adalah sebagai berikut :

Nilai Persepsi	Nilai Interval	Intepretasi/Kinerja
1	1,00 – 1,74	Tidak profesional
2	1,75 – 2,49	Kurang Profesional
3	2,50 – 3,24	Profesional
4	3,25 – 4,00	Sangat Profesional

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap profesional pemuda dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat diperoleh hasil sebagai berikut :

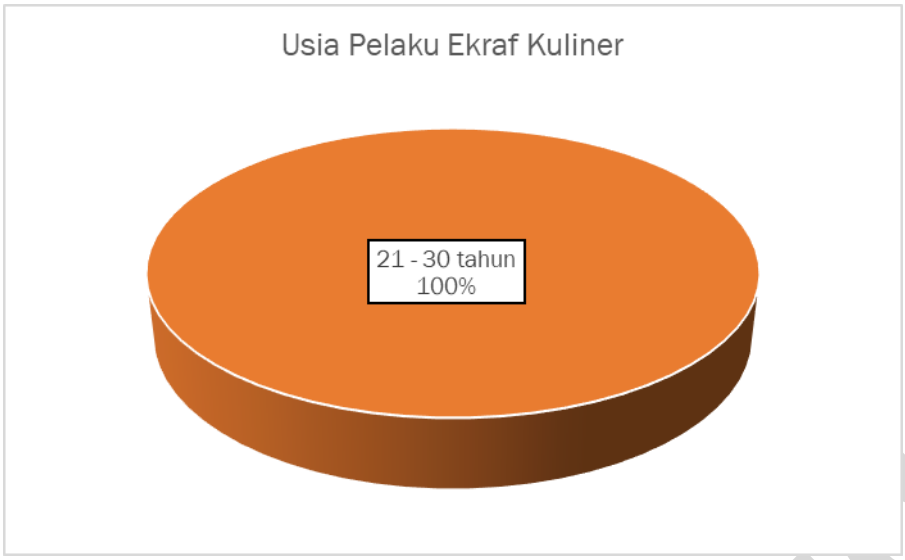
1. Subsektor Kuliner
   a. Jumlah responden : 11
   b. Jenis Kelamin :

      L : 7
      P : 4

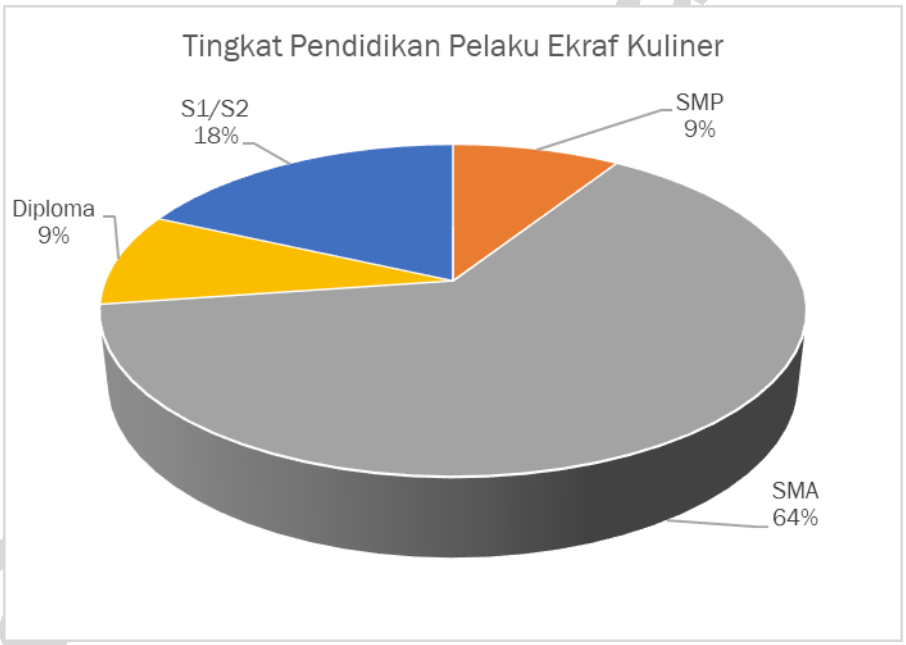


   c. Usia :
      16 – 20 Th : -
      21 - 30 Th : 11

bappeda

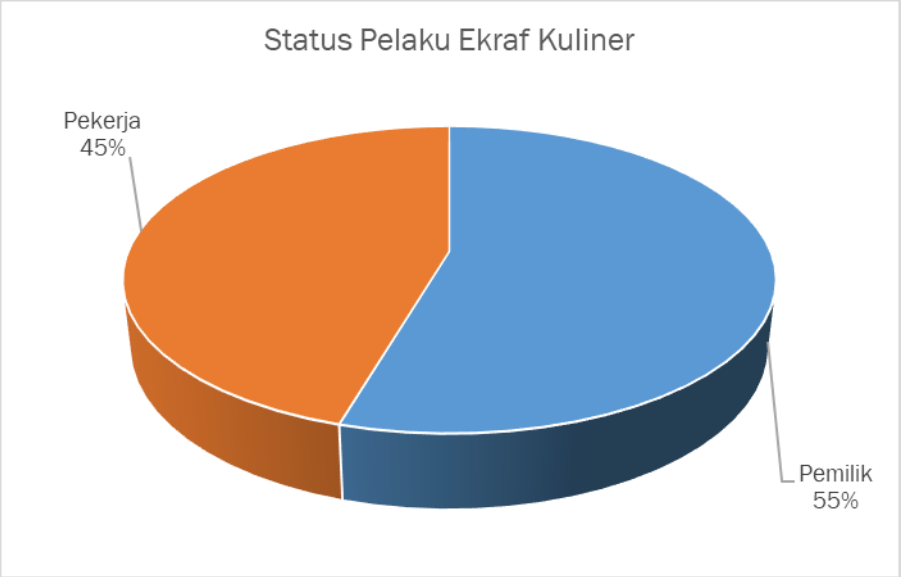


d. Pendidikan :
SD : -
SMP : 1
SMA : 7
Diploma: 1
S1/S2 : 2



e. Jenis Usaha :
Makanan : 8
Minuman : 3

f. Posisi/Jabatan :
Pemilik : 6
Pekerja : 5



g. Hasil Penilaian

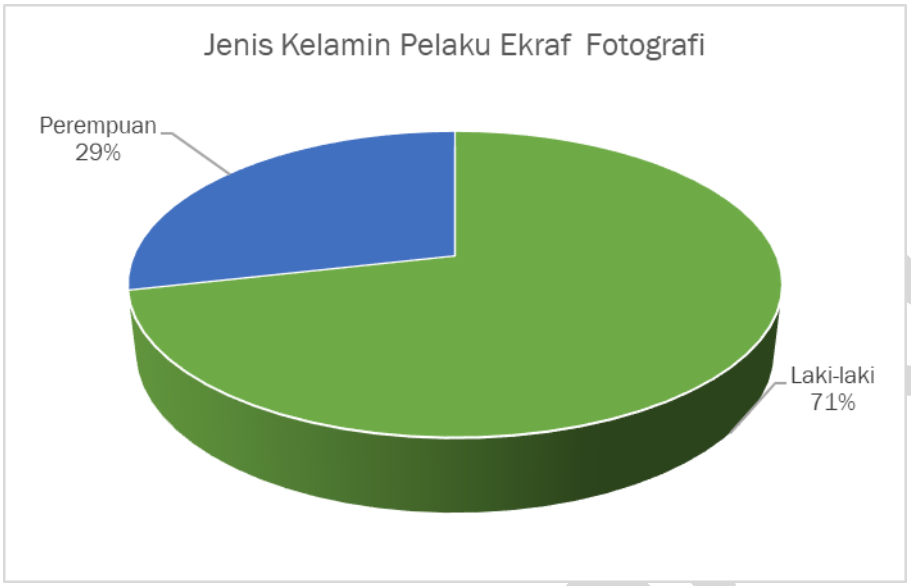
Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	2	2	3	3	3	2
2	4	4	4	3	4	2
3	2	3	3	1	3	3
4	2	3	3	2	4	3
5	4	3	4	3	4	3
6	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	2	2	3
8	3	3	3	2	2	3
9	3	4	3	2	2	3
10	3	4	3	3	3	3
11	3	4	3	3	3	3
Jumlah Penilaian	32	36	35	27	33	31
Nilai Rata-Rata	2,9091	3,2727	3,1818	2,4545	3,0000	2,8182
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,4945	0,5564	0,5409	0,4173	0,5100	0,4791
Nilai Indeks	2,9982					
Intepretasi	Profesional					

Hasil penilaian keprofesionalan pemuda pelaku usaha ekonomi kreatif kuliner mencakup keahlian (*skill*), pengetahuan (*knowledge*) dan sikap (*attitude*) adalah profesional artinya bahwa pemuda pelaku ekonomi kreatif kuliner di Kabupaten Bandung Barat memiliki keahlian yang mumpuni, kreatif, inovatif untuk lebih mengembangkan usahanya, serta kesungguhan dan konsistensi dalam berusaha cukup tinggi.

bappelitbangda

2. Subsektor Fotografi

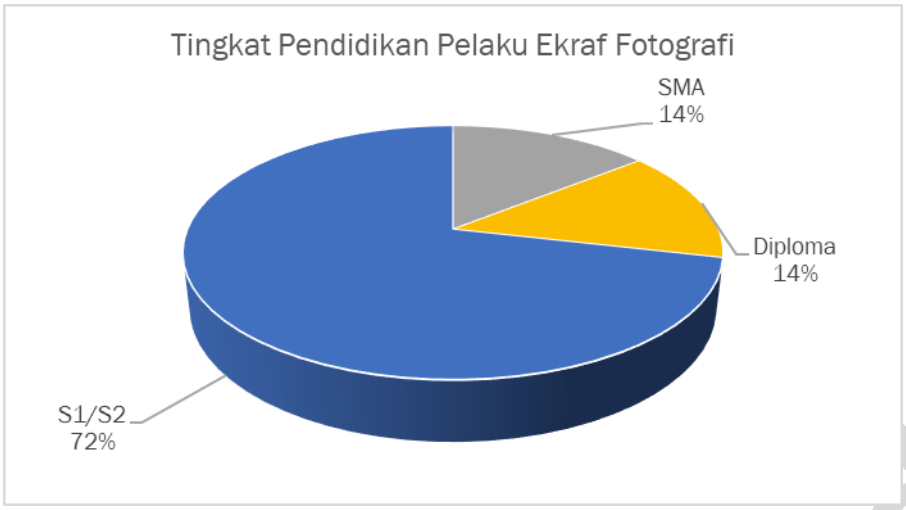
a. Jumlah responden : 7
b. Jenis Kelamin :
L : 5
P : 2



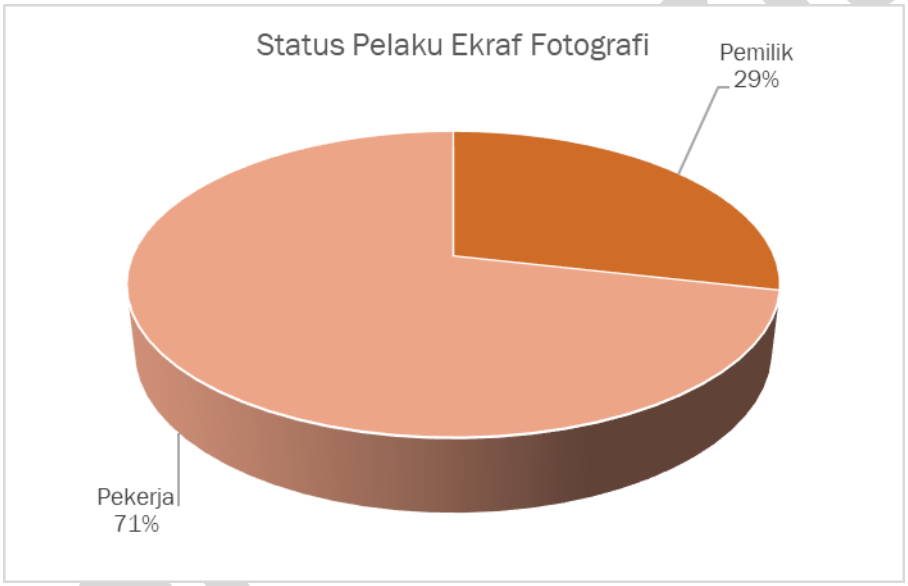
c. Usia :
16 – 20 Th : -
21 – 30 Th : 7



d. Pendidikan :
SD : -
SMP : -
SMA : 1
Diploma: 1
S1/S2 : 5



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : 2
Pekerja : 5



bappeda

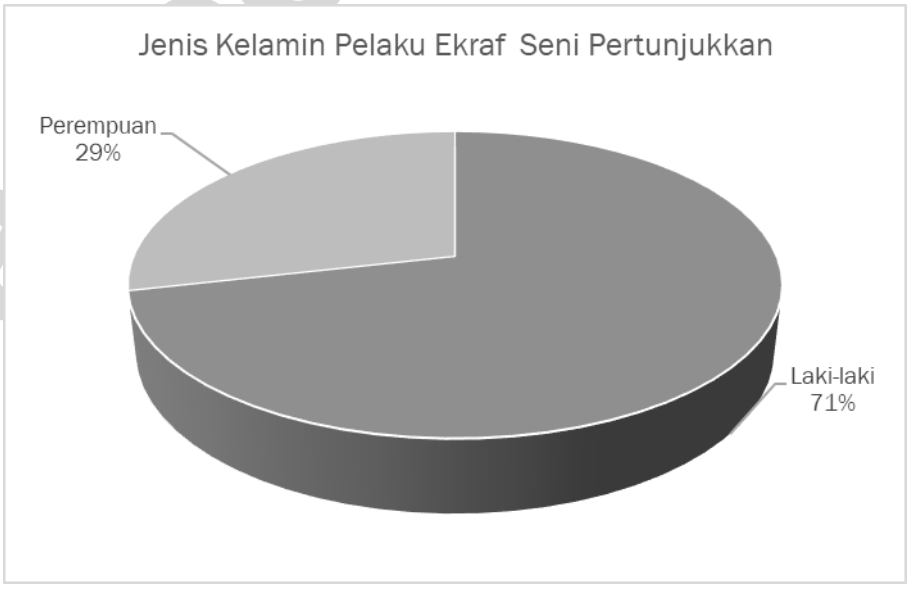
f. Hasil Penilaian

Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	3	3	3	2	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3
5	3	4	4	3	4	3
6	3	4	4	4	4	4
7	3	4	4	4	4	4
Jumlah Penilaian	21	25	24	22	24	23
Nilai Rata-Rata	3,000	3,571	3,429	3,143	3,429	3,286
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,5100	0,6071	0,5829	0,5343	0,5829	0,5586
Nilai Indeks	3,3757					
Intepretasi	Sangat Profesional					

Pemuda pelaku usaha ekonomi kreatif fotografi berdasarkan hasil penilaian keprofesionalannya menunjukkan nilai sangat profesional. Kondisi ini menggambarkan bahwa para pelaku usaha kreatif fotografi di Kabupaten Bandung Barat berkemampuan yang baik, kreatif, inovatif serta ditunjang oleh pengetahuan yang baik dan sikap dalam berusaha yang kompetitif.

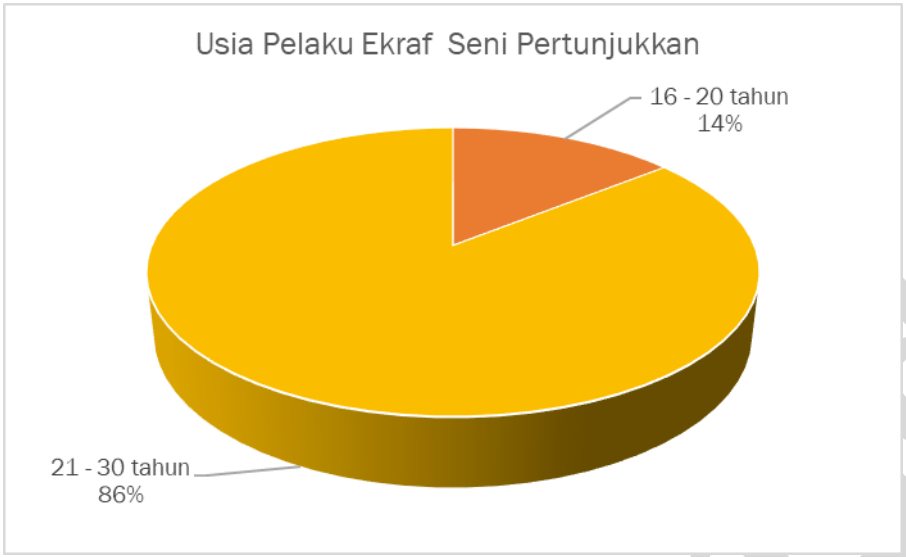
3. Subsektor Seni Pertunjukan

a. Jumlah responden : 7
b. Jenis Kelamin :
L : 5
P : 2

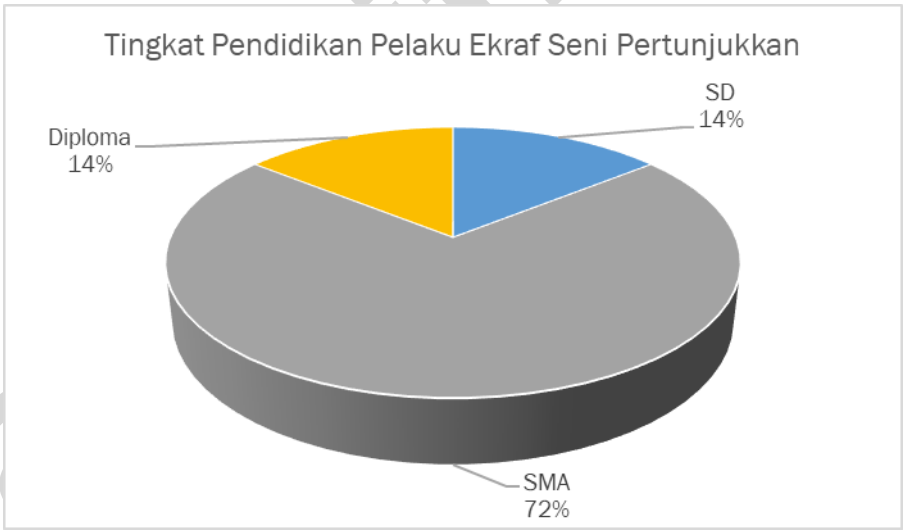


balitbangda

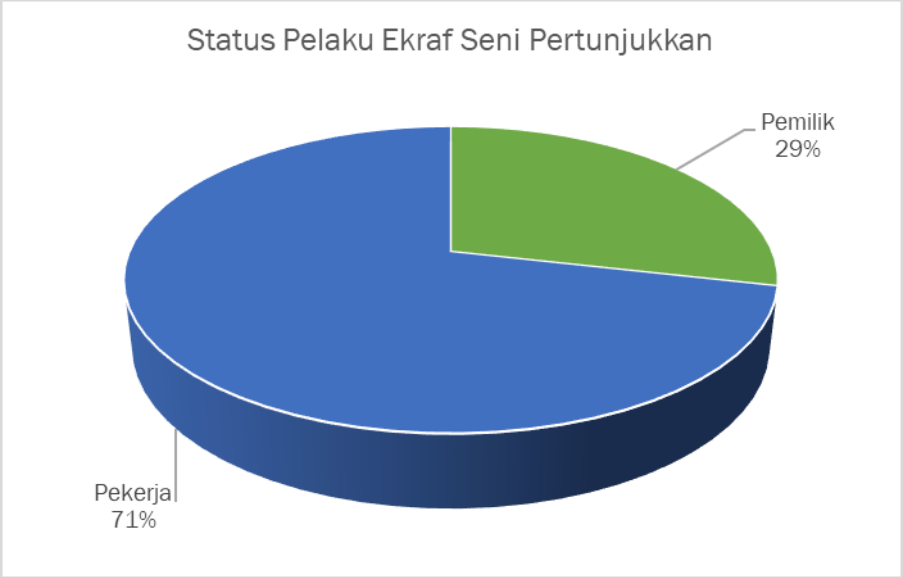
c. Usia :
16 – 20 Th : 1
22 – 30 Th : 6



d. Pendidikan :
SD : 1
SMP : -
SMA : 5
Diploma: 1
S1/S2 : -



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : 2
Pekerja : 5



f. Hasil Penilaian

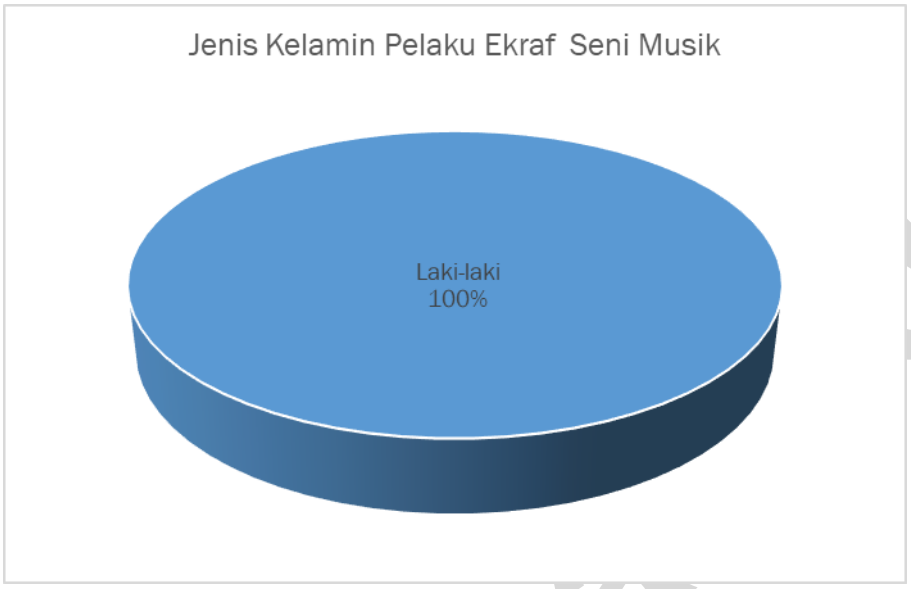
Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	2	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3
6	3	3	4	3	4	3
7	3	3	4	4	4	3
Jumlah Penilaian	19	21	23	22	23	21
Nilai Rata-Rata	2,714	3,000	3,286	3,143	3,286	3,000
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,4614	0,5100	0,5586	0,5343	0,5586	0,5100
Nilai Indeks	3,1329					
Intepretasi	Profesional					

Hasil penilaian keprofesionalan pelaku usaha ekonomi kreatif seni pertunjukkan di Kabupaten Bandung Barat adalah profesional, hal ini menunjukkan bahwa para pelaku seni pertunjukkan memiliki keahlian yang cukup baik, kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usahanya, serta memiliki pengetahuan yang memadai dan sikap yang konsisten dalam meningkatkan usahanya.

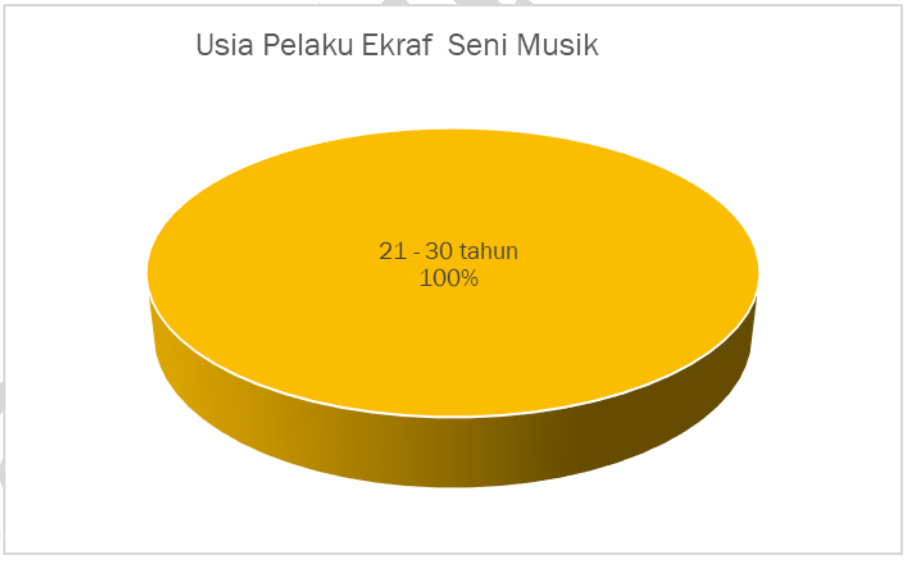
bappelitbangda

4. Subsektor Seni Musik

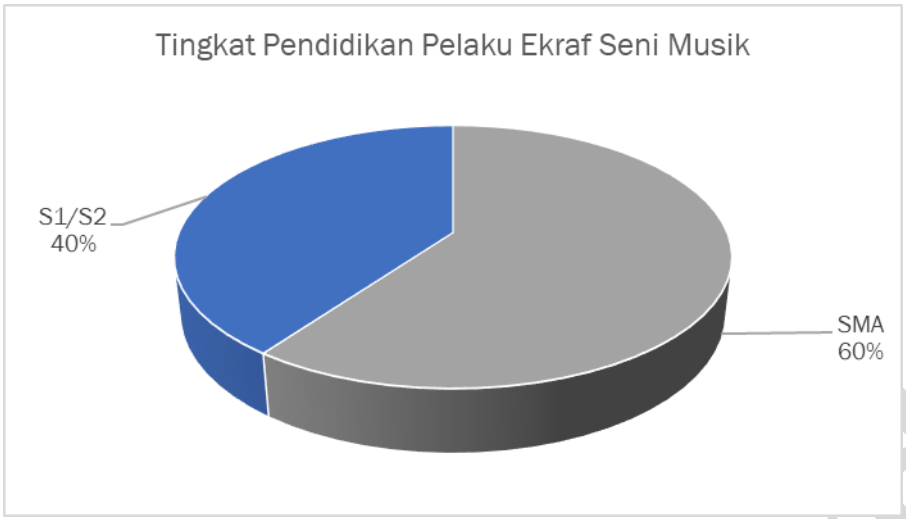
a. Jumlah responden : 5
b. Jenis Kelamin :
L : 5
P : -



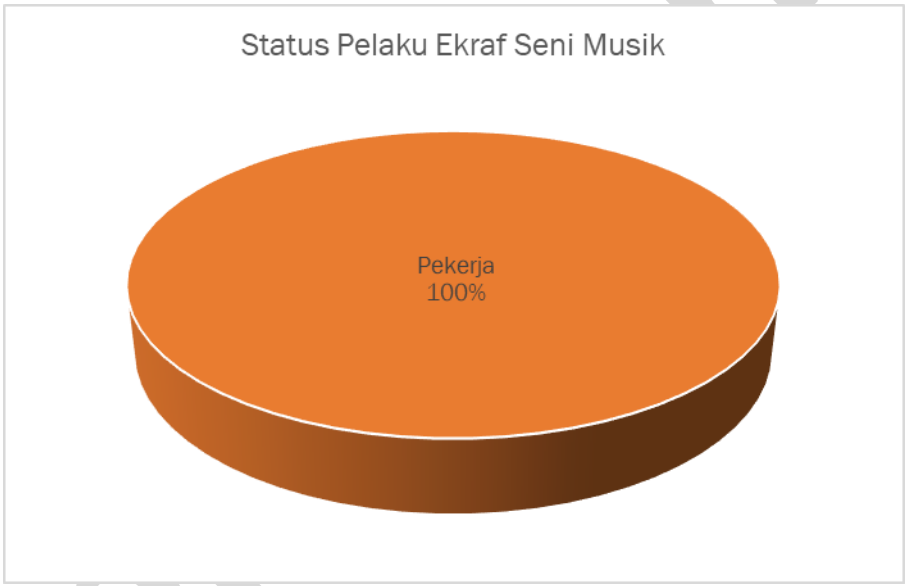
c. Usia :
16 – 20 Th : -
23 – 30 Th : 5



d. Pendidikan :
SD : -
SMP : -
SMA : 3
Diploma: -
S1/S2 : 2



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : -
Pekerja : 5



bappeda

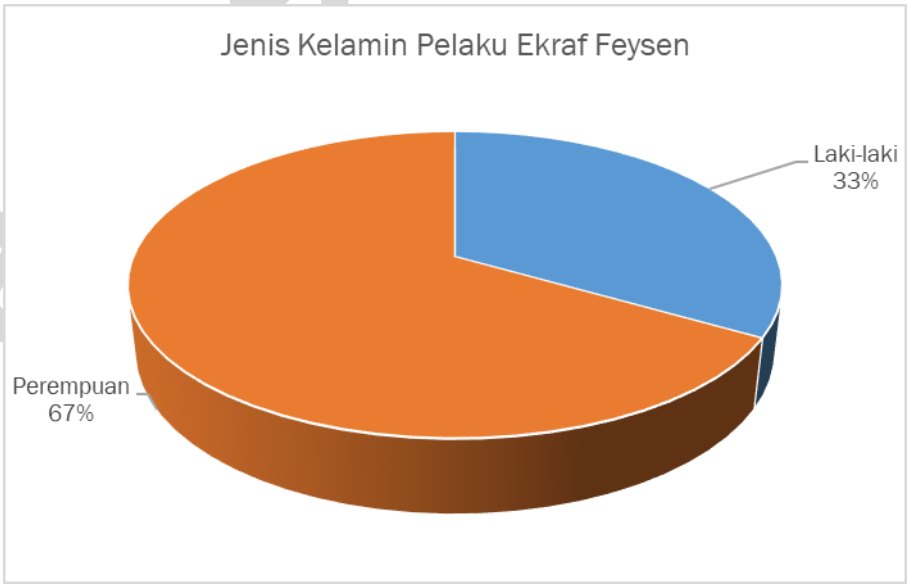
f. Hasil Penilaian

Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3
4	3	4	4	3	4	3
5	3	4	4	4	4	3
Jumlah Penilaian	15	17	18	16	17	15
Nilai Rata-Rata	3,000	3,400	3,600	3,200	3,400	3,000
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,5100	0,5780	0,6120	0,5440	0,5780	0,5100
Nilai Indeks	3,3320					
Intepretasi	Sangat Profesional					

Penilaian keprofesionalan pemuda Kabupaten Bandung Barat dalam menumbuhkembangkan usaha ekonomi kreatif seni musik adalah sangat profesional, hal ini menunjukkan kemampuan musisi muda Kabupaten Bandung Barat dalam mengembangkan seni musik cenderung tinggi yang didukung oleh kemampuan, pengetahuan dan sikap yang kompetitif, kreatif, inovatif dan konsisten para pelakunya.

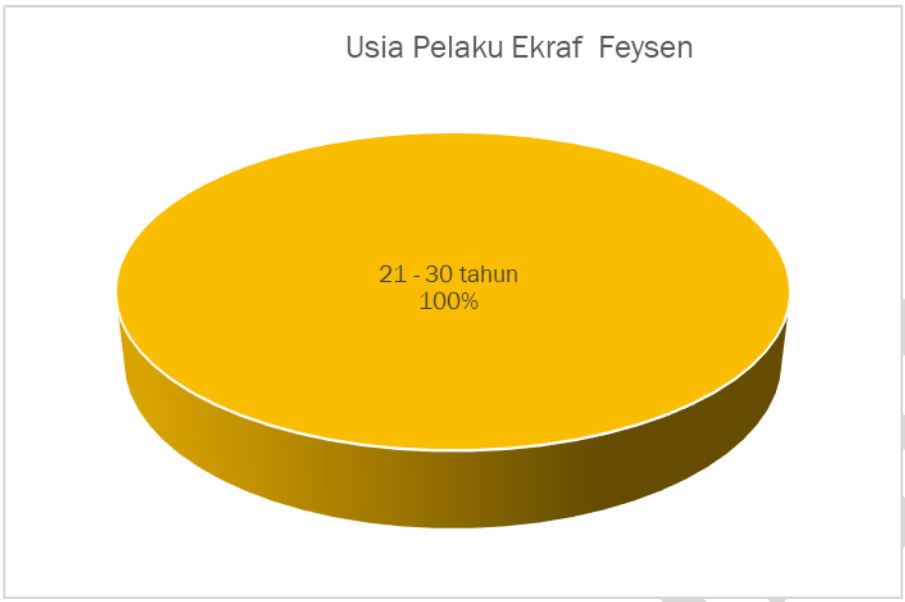
5. Subsektor Feysen

a. Jumlah responden : 6
b. Jenis Kelamin :
L : 2
P : 4

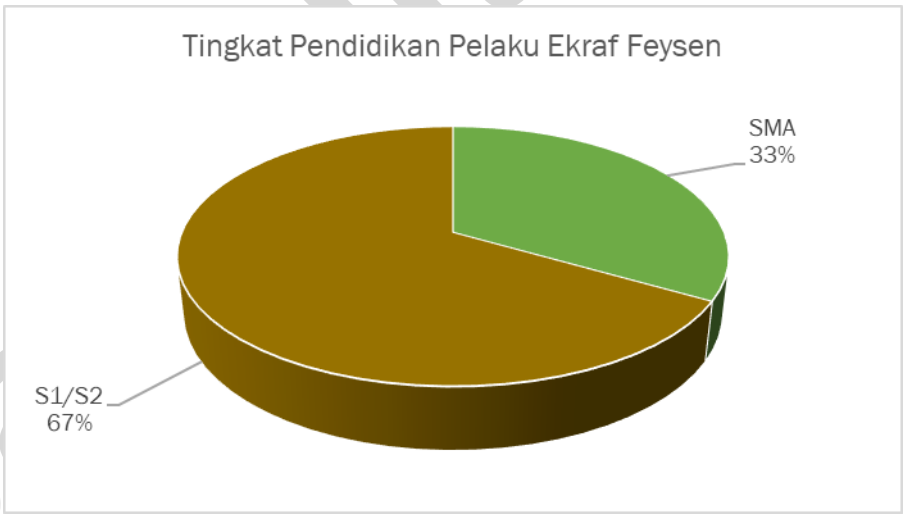


balitbangda

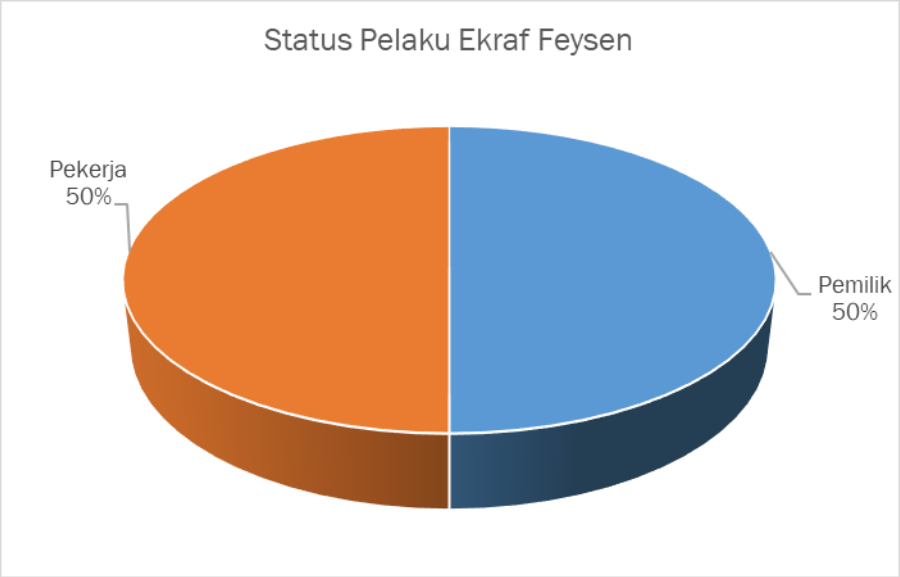
c. Usia :
16 – 20 Th : -
24 – 30 Th : 6



d. Pendidikan :
SD : -
SMP : -
SMA : 2
Diploma: -
S1/S2 : 4



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : 3
Pekerja : 3



f. Hasil Penilaian

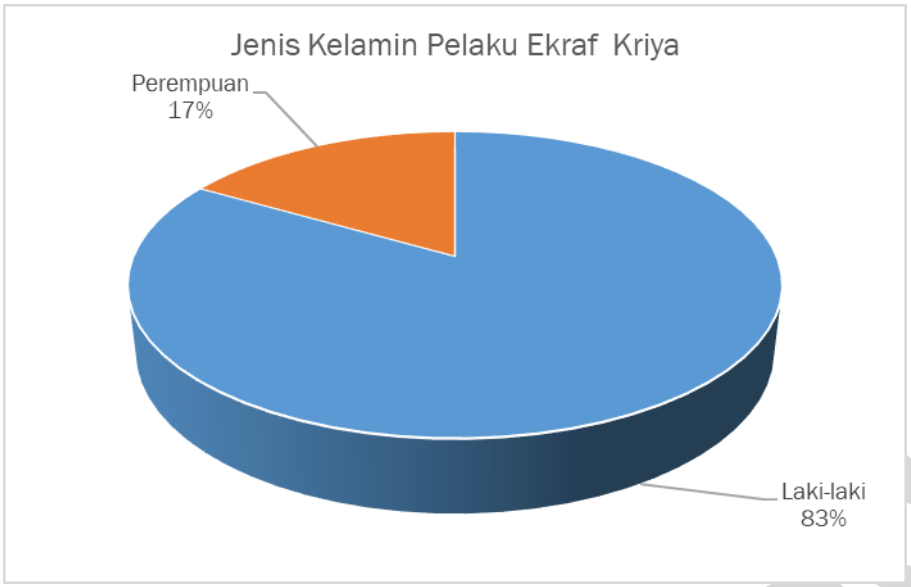
Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	3	3	3	2	2	3
2	2	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	2	3	3	2	2	3
5	2	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3
Jumlah Penilaian	15	18	18	15	16	18
Nilai Rata-Rata	2,500	3,000	3,000	2,500	2,667	3,000
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,4250	0,5100	0,5100	0,4250	0,4533	0,5100
Nilai Indeks	2,8333					
Intepretasi	Profesional					

Hasil penilaian keprofesionalan pemuda dalam mengembangkan ekonomi kreatif feysen adalah professional. Hal ini didasarkan pada pertimbangan penilaian terhadap kemampuan, pengetahuan dan sikap para pelakunya yang kompeten, kreatif, inovatif dan konsisten dibidangnya.

6. Subsektor Kriya

a. Jumlah responden : 6
b. Jenis Kelamin :
   L : 5
   P : 1

bappelitbangda



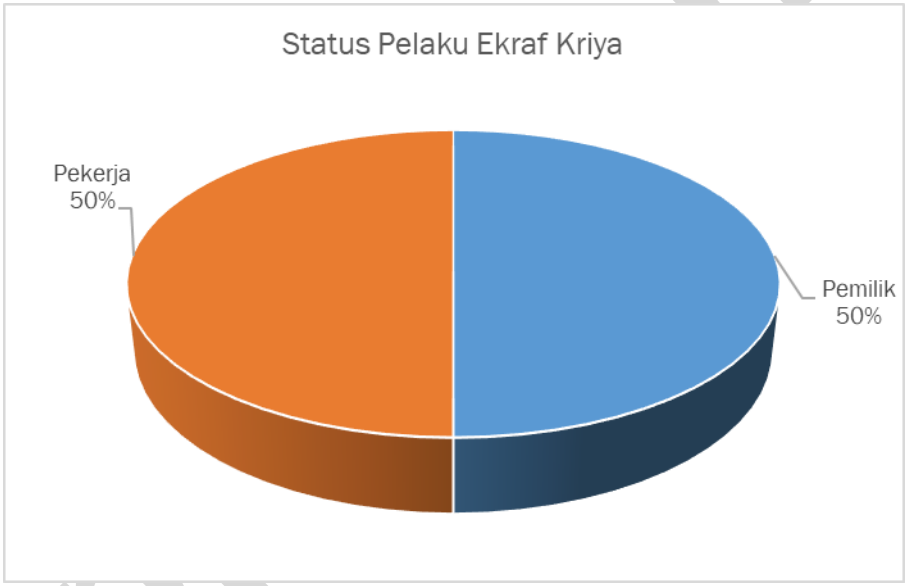
c. Usia :
16 – 20 Th : -
25 – 30 Th : 6



d. Pendidikan :
SD : -
SMP : -
SMA : 6
Diploma: -
S1/S2 : -



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : 3
Pekerja : 3



bappeda

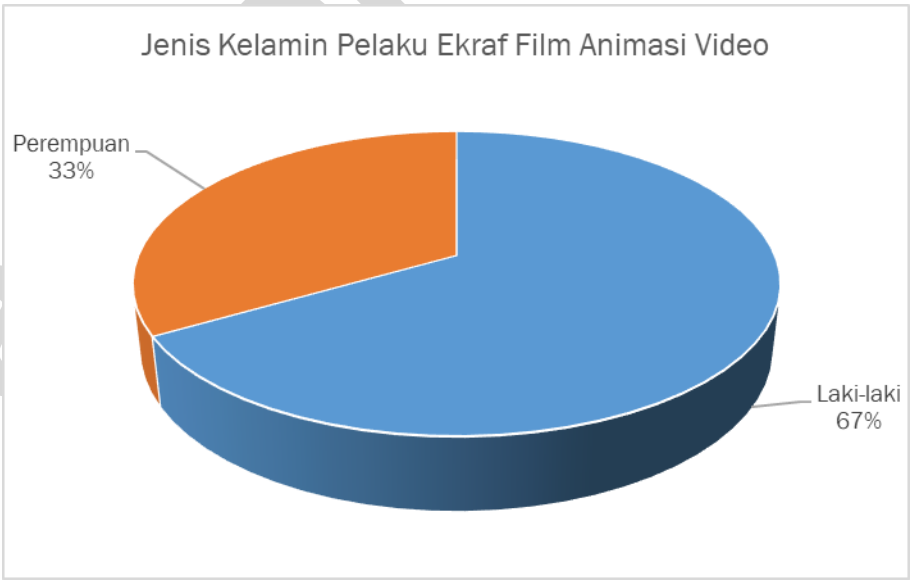
f. Hasil Penilaian

Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	3	3	3	3	2	2
2	3	3	3	3	3	3
3	2	3	4	2	3	3
4	2	4	4	2	4	3
5	2	4	3	2	4	4
6	3	4	4	3	4	3
Jumlah Penilaian	15	21	21	15	20	18
Nilai Rata-Rata	2,500	3,500	3,500	2,500	3,333	3,000
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,4250	0,5950	0,5950	0,4250	0,5667	0,5100
Nilai Indeks	3,1167					
Intepretasi	Profesional					

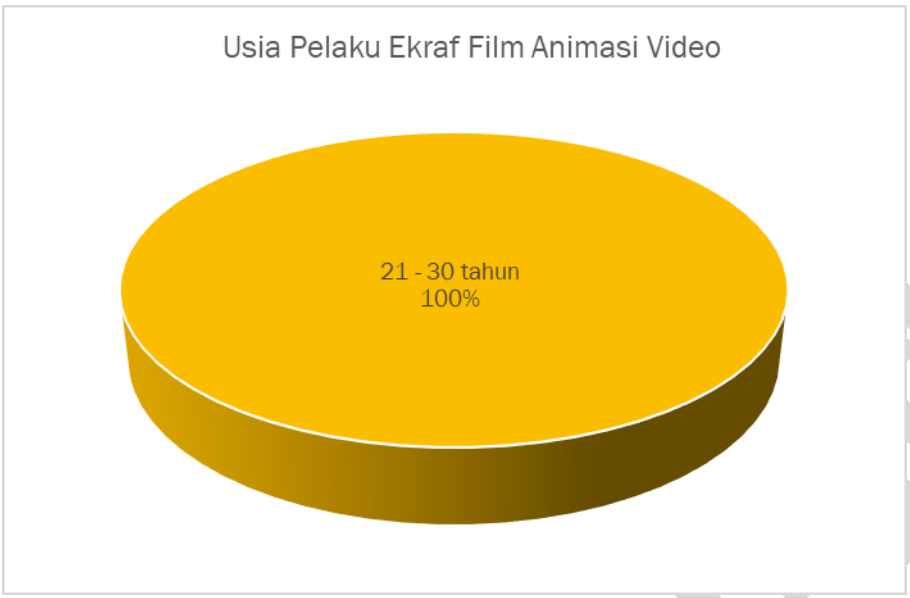
Penilaian keprofesionalan pemuda Kabupaten Bandung Barat dalam menumbuhkan usaha ekonomi kreatif kriya masuk kategori profesional, hal ini mengindikasikan kreativitas, inovatif, kompetitif dan konsisten menekuni bidangnya oleh para pemuda.

7. Subsektor Film, Video Animasi

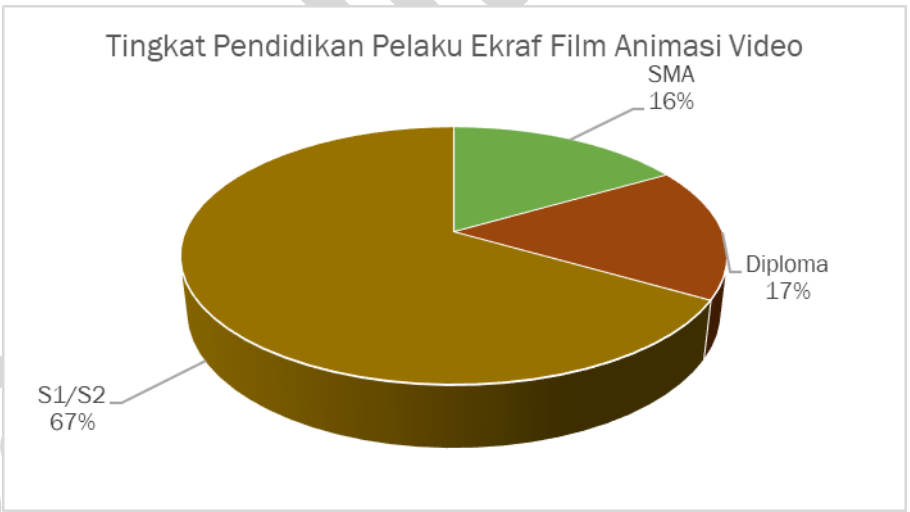
a. Jumlah responden : 6
b. Jenis Kelamin :
L : 4
P : 2



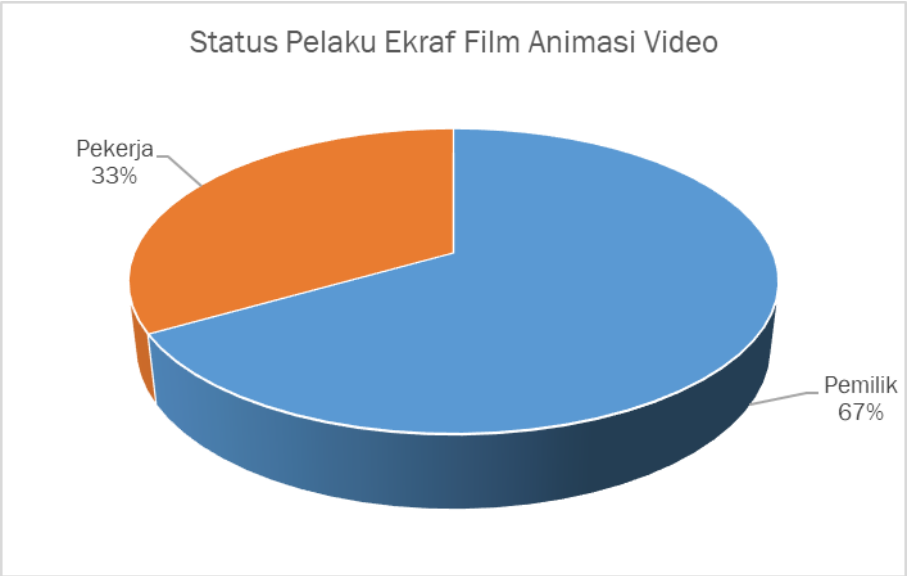
c. Usia :
16 – 20 Th : -
26 – 30 Th : 6



d. Pendidikan :
SD : -
SMP : -
SMA : 1
Diploma: 1
S1/S2 : 4



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : 4
Pekerja : 2



f. Hasil Penilaian

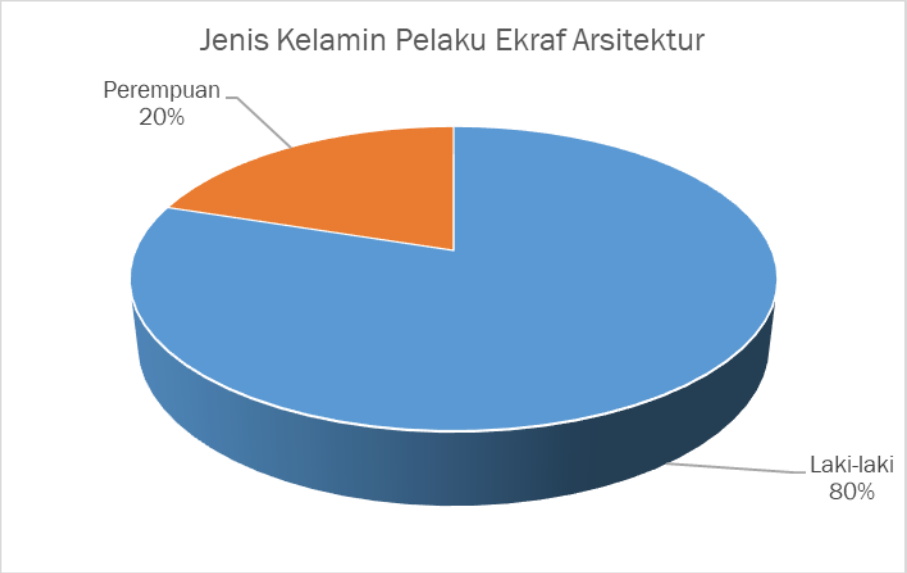
Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	2	3	3	2	2	3
2	2	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	2
4	2	3	3	2	2	2
5	2	3	3	3	3	2
6	3	3	3	3	4	3
Jumlah Penilaian	14	18	18	15	17	15
Nilai Rata-Rata	2,333	3,000	3,000	2,500	2,833	2,500
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,3967	0,5100	0,5100	0,4250	0,4817	0,4250
Nilai Indeks	2,7483					
Intepretasi	Profesional					

Hasil penilaian keprofesionalan pemuda dalam menumbuhkan ekonomi kreatif film, animasi dan video adalah profesional. Hal ini menunjukkan bahwa pemuda pelaku usaha ekonomi kreatif film, animasi dan video memiliki kemampuan yang kompetitif, inovatif dan kreatif didukung juga oleh pengetahuan terkait film, animasi dan video yang baik serta sikap yang konsisten dalam menjalankan kegiatan/usahanya.

8. Subsektor Arsitektur

a. Jumlah responden : 5
b. Jenis Kelamin :
L : 4
P : 1

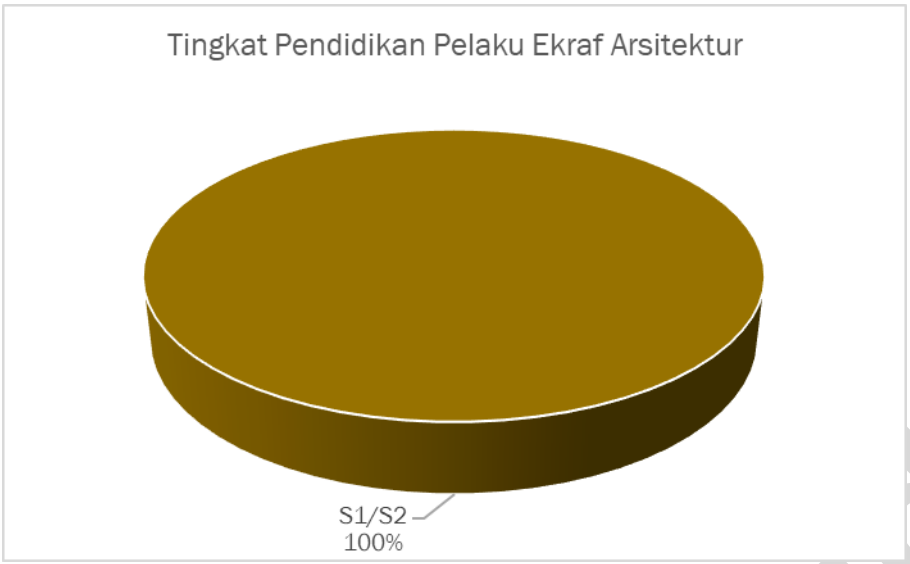
bappelitbangda



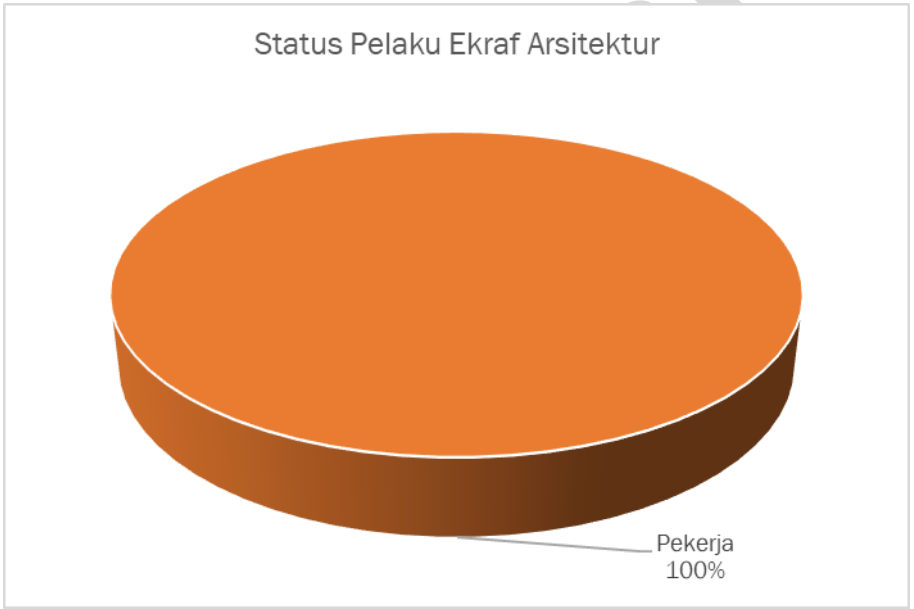
c. Usia :
16 – 20 Th : -
27 – 30 Th : 5



d. Pendidikan :
SD : -
SMP : -
SMA : -
Diploma: -
S1/S2 : 5



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : -
Pekerja : 5



f. Hasil Penilaian

Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	2	3	3	2	2	3
2	2	2	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	2
4	2	3	3	2	2	2
5	2	2	3	3	3	2
Jumlah Penilaian	11	13	15	12	13	12
Nilai Rata-Rata	2,200	2,600	3,000	2,400	2,600	2,400
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,3740	0,4420	0,5100	0,4080	0,4420	0,4080
Nilai Indeks	2,5840					
Intepretasi	Profesional					

Hasil penilaian keprofesionalan pemuda dalam menumbuhkan ekonomi kreatif arsitektur adalah profesional, hal ini menggambarkan bahwa arsitek muda Kabupaten Bandung Barat cukup inovatif dan kreatif dalam melaksanakan kegiatan/pekerjaannya, serta didukung oleh pengetahuan yang baik dan konsistensi dalam menjalankan/melaksanakan kegiatannya.

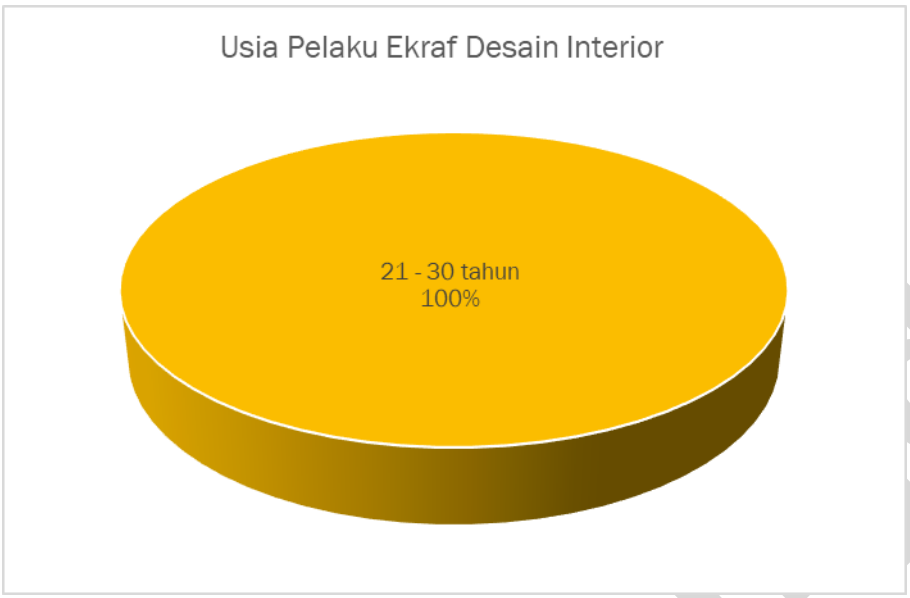
9. Subsektor Desain Interior

a. Jumlah responden : 5
b. Jenis Kelamin :
L : 5
P : -

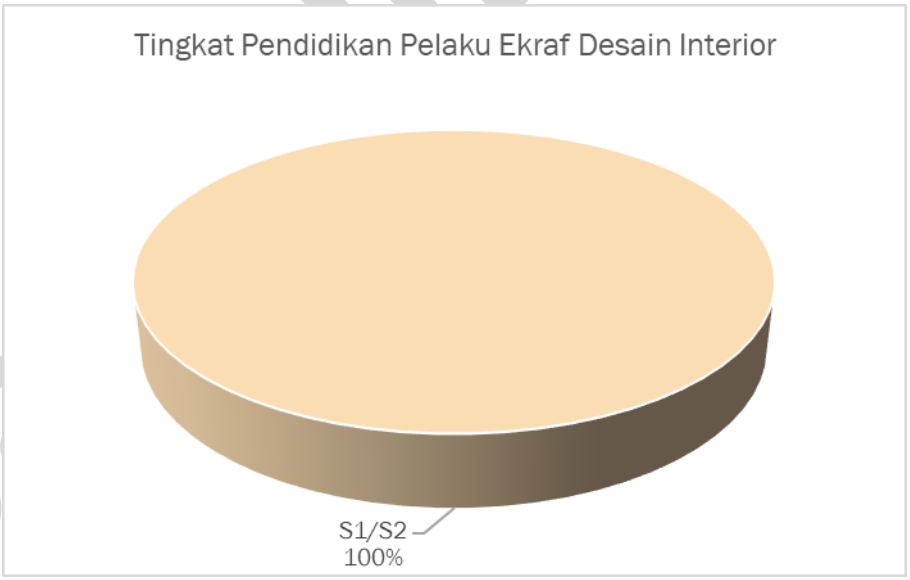


balitbangda

c. Usia :
16 – 20 Th : -
28 – 30 Th : 5



d. Pendidikan :
SD : -
SMP : -
SMA : -
Diploma: -
S1/S2 : 5



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : -
Pekerja : 5



f. Hasil Penilaian

Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	2	3	3	2	3	3
2	2	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	2
4	2	3	2	2	2	2
5	2	2	3	3	4	2
Jumlah Penilaian	11	14	13	12	15	12
Nilai Rata-Rata	2,200	2,800	2,600	2,400	3,000	2,400
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,3740	0,4760	0,4420	0,4080	0,5100	0,4080
Nilai Indeks	2,6180					
Intepretasi	Profesional					

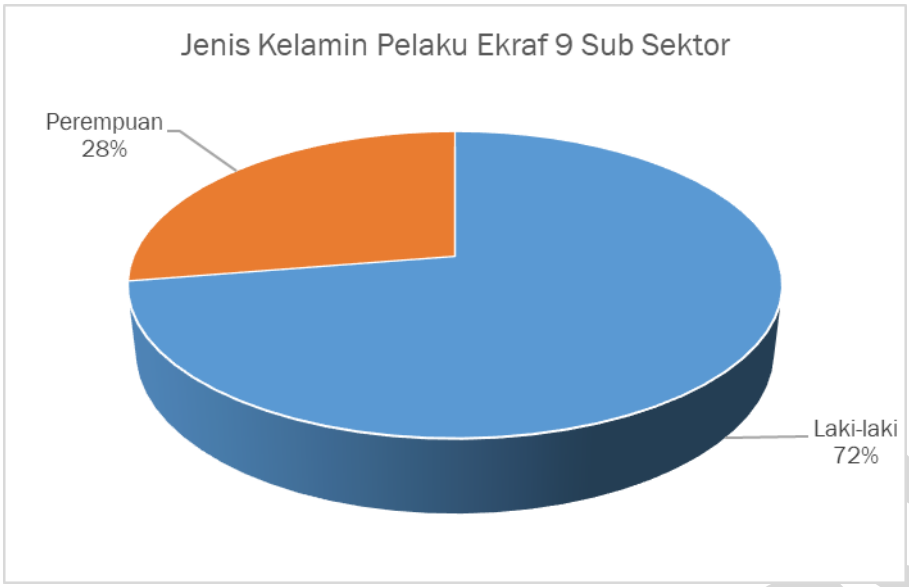
Hasil penilaian keprofesionalan pemuda dalam menumbuhkembangkan ekonomi kreatif desain interior adalah profesional. Hal ini menggambarkan bahwa desainer interior muda memiliki kemampuan yang inovatif dan kreatif, didukung oleh pengetahuan yang baik dan sikap yang konsisten dalam menjalankan/melaksanakan kegiatannya.

10. 9 Sub Sektor Ekonomi Kreatif

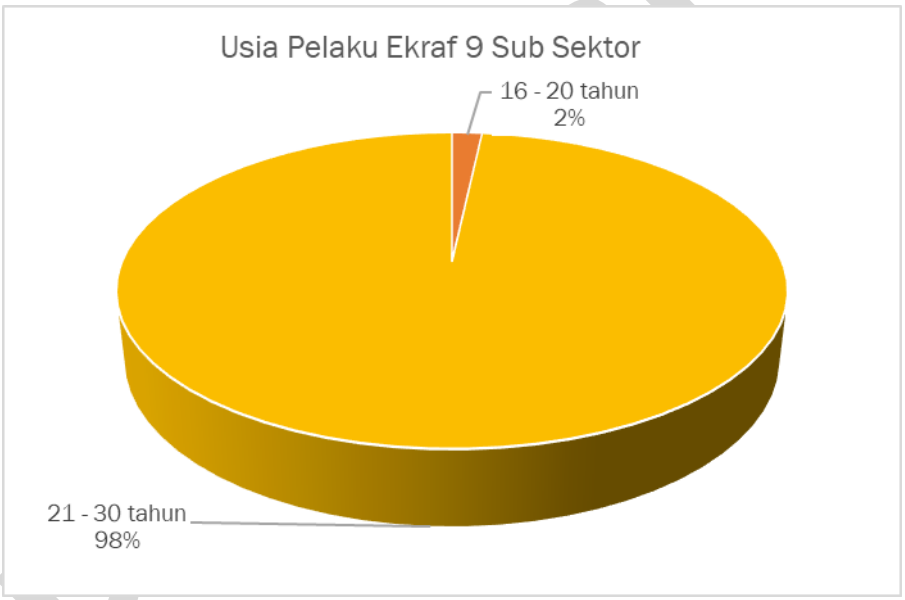
a. Jumlah responden : 58

b. Jenis Kelamin :
L : 42
P : 16

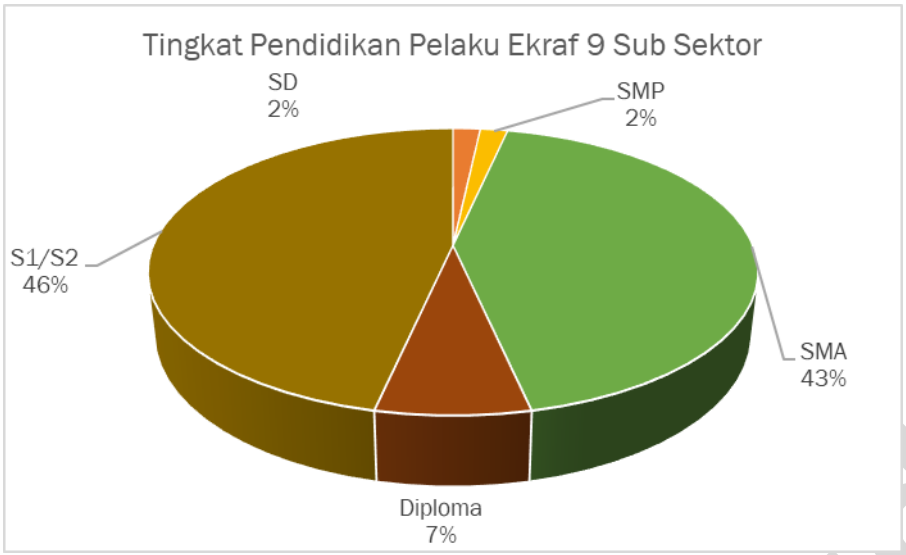
bappelitbangda



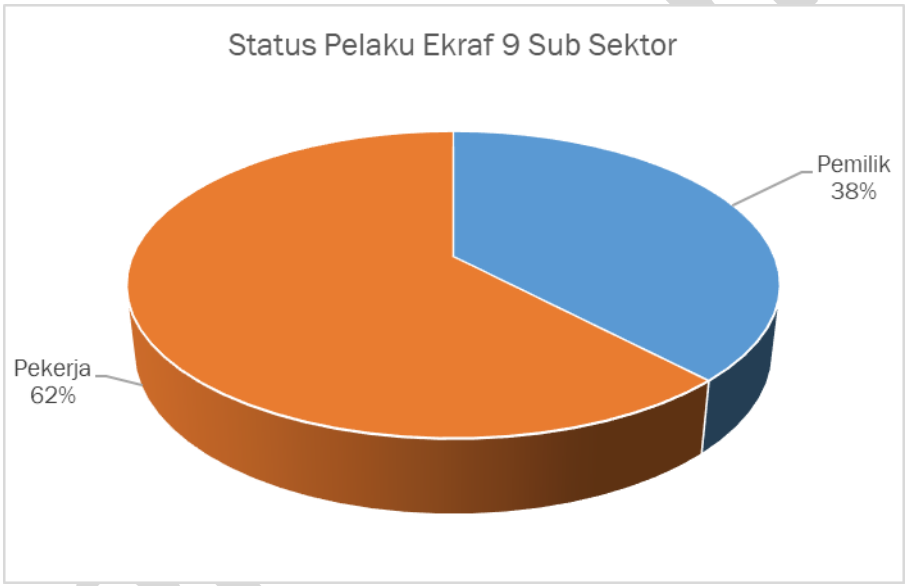
c. Usia :
16 – 20 Th : 1
21 – 30 Th : 57



d. Pendidikan :
SD : 1
SMP : 1
SMA : 25
Diploma: 4
S1/S2 : 27



e. Posisi/Jabatan :
Pemilik : 22
Pekerja : 36



f. Hasil Penilaian

Responden	Penilaian					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6
1	2	3	3	2	2	3
2	2	3	3	1	3	3
3	3	3	3	3	3	2
4	2	3	3	2	2	2
5	2	3	3	3	3	2
6	3	2	4	4	3	4
7	3	4	4	3	3	3
8	3	3	4	3	3	3
9	3	4	3	2	3	3
10	3	3	3	2	3	4
11	3	4	3	3	3	2
12	3	4	4	2	3	4
13	3	3	3	4	4	3
14	3	3	4	3	4	3
15	3	4	4	4	4	2
16	3	4	3	3	3	3
17	4	4	3	3	3	3
18	4	4	3	4	2	3
19	2	3	4	2	2	2
20	2	4	4	2	4	3
21	2	4	4	3	4	3
22	2	3	3	2	3	3
23	2	3	3	3	4	3
24	2	4	4	2	3	3
25	2	4	4	2	4	3
26	2	4	4	3	2	3
27	2	3	3	2	2	3
28	2	3	3	2	3	3
29	2	3	3	3	2	3
30	3	3	3	3	2	3
31	3	3	3	3	4	3
32	3	3	3	2	3	3
33	3	3	3	3	4	3
34	3	3	3	2	3	3
35	3	3	3	3	4	3
36	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	4	3
38	3	3	3	3	4	3
39	3	3	3	3	3	3
40	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	4	3
42	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	4	3
49	2	3	3	2	2	3
50	2	2	3	2	3	3
51	3	3	3	3	3	2
52	2	3	3	2	2	2
53	2	2	3	3	3	2
54	2	3	3	2	3	3
55	2	3	2	2	3	3
56	3	3	3	3	3	2
57	2	3	2	2	2	2
58	2	2	3	3	4	2
Jumlah Penilaian	153	183	184	156	178	165
Nilai Rata-Rata	2,638	3,155	3,172	2,690	3,069	2,845
Nilai Rata-rata Tertimbang (Nilai Rata-rata x 0.17)	0,4484	0,5364	0,5393	0,4572	0,5217	0,4836
Nilai Indeks	2,9867					
Intepretasi	Profesional					

bappelitbangda

Secara keseluruhan hasil penilaian keprofesionalan pemuda dalam menumbuhkembangkan ekonomi kreatif baik untuk yang 9 sub sektor maupun gambaran menyeluruh seluruh sub sektor ekonomi kreatif yang berkembang di Kabupaten Bandung Barat adalah profesional. Hal ini menggambarkan para pelaku usaha ekonomi kreatif muda (pemuda) di Kabupaten Bandung Barat inovatif, kreatif, berdaya saing (kompetitif) serta memiliki pengetahuan yang sejalan dan sesuai dengan bidangnya dan sikap yang konsisten didalam menjalankan kegiatan dan usahanya.

5.2. ANALISA

Dalam upaya mencapai sasaran pekerjaan pengembangan profesionalitas pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat, maka dibutuhkan adanya sinergisitas analisa yang memungkinkan tercapainya tujuan dan sasaran pekerjaan. Sinergisitas analisa pengembangan profesionalitas pengembangan pemuda dan anamisa penumbuhan ekonomi kreatif meliputi ; analisa kebijakan dan analisa potensi pengembangan.

5.2.1. Analisa Kebijakan

5.2.1.1. Analisa Kebijakan Pengembangan Pemuda

Pembangunan kepemudaan bertujuan untuk terwujudnya pemuda yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, cerdas, kreatif, inovatif, mandiri, demokratis, bertanggungjawab, berdaya saing, serta memiliki jiwa kepemimpinan, kewirausahaan, kepeloporan, dan kebangsaan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia

Pembangunan kepemudaan dilaksanakan dalam bentuk Pelayanan Kepemudaan yang berfungsi untuk:

a. Penyadaran pemuda yaitu kegiatan yang diarahkan untuk memahami dan menyikapi perubahan lingkungan
b. Pemberdayaan pemuda adalah kegiatan membangkitkan potensi dan peran aktif pemuda

bappelitbangda

c. Pengembangan Kepemimpinan pemuda adalah kegiatan mengembangkan potensi keteladanan, keberpengaruhan, serta penggerakan pemuda
d. Pengembangan Kewirausahaan pemuda adalah kegiatan mengembangkan potensi keterampilam dan kemandirian berusaha
e. Pengembangan Kepeloporan pemuda adalah kegiatan mengembangkan potensi dalam merintis jalan, melakukan terobosan, menjawab tantangan, dan memberikan jalan keluar atas berbagai masalah

Amanat Undang Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional Bab VII Pasal 31 menyatakan perencanaan pembangunan didasarkan pada data dan informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, pernyataan ini merupakan hal yang essensial bagi *Decision Maker*, karena keputusan yang berkualitas tergantung dari informasi yang *Up to Date* dan terintegrasi.

Bentuk pelayanan kepemudaan meliputi :

1. Penyadaran Pemuda

   Penyadaran kepemudaan merupakan bentuk pelayanan kepemudaan berupa gerakan pemuda dalam aspek ideologi, politik, hukum, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, dan keamanan dalam memahami dan menyikapi perubahan lingkungan strategis, baik domestik maupun global serta mencegah dan menangani risiko.

   Pelayanan kepemudaan dalam bentuk Penyadaran Pemuda dapat dilakukan, melalui:

   a. Pendidikan agama dan akhlak mulia;
   b. Pendidikan wawasan kebangsaan;
   c. Penumbuhan kesadaran mengenai hak dan kewajiban dalam bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara;
   d. Penumbuhan semangat bela negara;
   e. Pemantapan kebudayaan nasional yang berbasis kebudayaan lokal;
   f. Pemahaman kemandirian ekonomi; dan/atau
   g. Penyiapan proses regenerasi di berbagai bidang

2. Pemberdayaan Pemuda

   Pemberdayaan pemuda dilaksanakan secara terencana, sistematis, dan berkelanjutan untuk meningkatkan potensi dan kualitas jasmani, mental

bappelitbangda

spiritual, pengetahuan, serta keterampilan diri dan organisasi menuju kemandirian pemuda.

Pelayanan kepemudaan dalam bentuk Pemberdayaan Pemuda dapat dilakukan, melalui:

a. Peningkatan iman dan takwa;
b. Peningkatan ilmu pengetahuan dan teknologi;
c. Penyelenggaraan pendidikan bela negara dan ketahanan nasional;
d. Peneguhan kemandirian ekonomi pemuda;
e. Peningkatan kualitas jasmani, seni, dan budaya pemuda; dan/atau
f. Penyelenggaraan penelitian dan pendampingan kegiatan kepemudaan.

3. Pengembangan Kepemimpinan Pemuda

Pengembangan kepemimpinan pemuda adalah kegiatan mengembangkan potensi keteladanan, keberpengaruhan, serta penggerakan pemuda. Pengembangan kepemimpinan pemuda bertujuan untuk meningkatkan potensi keteladanan, keberpengaruhan, serta penggerakan pemuda sebagai kekuatan moral, kontrol sosial dan agen perubahan yang berwawasan kebangsaan.

Bentuk pelayanan kepemudaan dalam rangka Pengembangan Kepemimpinan Pemuda dapat dilakukan, melalui:

a. Pendidikan;

   Pendidikan Kepemimpinan Pemuda ditujukan agar pemuda peserta didik mampu mengembangkan visi, potensi kepemimpinannya sehingga menjadi insan yang cerdas, tanggap dan mampu menangani berbagai permasalahan dan isu-isu kebangsaan yang berkembang

b. Pelatihan;

   Pelatihan kepemimpinan pemuda bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi kepemimpinan pemuda sehingga mempunyai visi, sikap, disiplin, wawasan kebangsaan, kemampuan berkomunikasi, kepekaan sosial, kemampuan berorganisasi serta memiliki keterampilan. Adapun kegiatan yang dapat dilakukan berkaitan denga pelatihan, diantaranya:

   - Pelatihan Kepemimpinan Organisasi;
   - Pelatihan Kepemimpinan Kemasyarakatan
   - Pelatihan Bela Negara;
   - Pelatihan Ketahanan Nasional;

bappelitbangda

- Pelatihan Kepemimpinan Bangsa; dan
- Pelatihan lainnya sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan bangsa dan negara

c. Pengaderan.

Pengaderan kepemimpinan pemuda bertujuan untuk membentuk dan menyiapkan pemuda agar mampu menjadi kader kepemimpinan di tingkat kabupaten/kota, provinsi, dan nasional.

d. Pembimbingan;

Pembimbingan kepemimpinan pemuda bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas kepemimpinan sehingga mempunyai sikap dan perilaku kepemimpinan yang kuat.

e. Pendampingan;

Pendampingan kepemimpinan pemuda bertujuan untuk meningkatkan partisipasi pemuda pada berbagai sektor pembangunan, yaitu dapat berupa: inisiasi, fasilitasi, supervisi dan advokasi

f. Forum kepemimpinan pemuda

Forum kepemimpinan pemuda bertujuan untuk mengembangkan wawasan kepemimpinan pemuda di tingkat lokal, nasional dan internasional, meningkatkan potensi dan kapasitas kepemimpinan pemuda dalam rangka mengembangkan jejaring kepemimpinan pemuda, yang dapat diwujudkan melalui:

- Seminar;
- Lokakarya;
- Temu konsultasi dan pertemuan kepemudaan lainnya.
- Pembentukan jejaring kepemudaan sesuai dengan minat, bakat dan potensi

4. Pengembangan Kewirausahaan Pemuda

Pengembangan kewirausahaan pemuda adalah kegiatan mengembangkan potensi keterampilan dan kemandirian berusaha. Dalam hal ini, Pengembangan kewirausahaan pemuda dilaksanakan sesuai dengan minat, bakat, potensi pemuda, potensi daerah, dan arah pembangunan nasional. Pelayanan kepemudaan dalam bentuk Pengembangan Kewirasusahaan Pemuda dapat dilakukan, melalui:

bappelitbangda

a. Pelatihan;
b. Pemagangan;
c. Pembimbingan;
d. Pendampingan;
e. Kemitraan;
f. Promosi; dan/atau
g. Bantuan akses permodalan

5. Pengembangan Kepeloporan Pemuda

Pengembangan kepeloporan pemuda adalah kegiatan mengembangkan potensi dalam merintis jalan, melakukan terobosan, menjawab tantangan, dan memberikan jalan keluar atas berbagai masalah. Pengembangan kepeloporan pemuda dilaksanakan dalam memahami dan menyikapi perubahan lingkungan strategis, baik domestik maupun global serta mencegah dan menangani risiko yang mencakup beberapa aspek, yaitu: aspek ideologi, politik, hukum, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan serta ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pelayanan kepemudaan dalam bentuk Pengembangan Kepeloporan Pemuda dapat dilakukan, melalui:

a. Pelatihan dan Pendampingan
b. Forum kepemimpinan pemuda

Koordinasi Lintas Sektor Penyelenggaraan Pelayanan Kepemudaan adalah koordinasi pelayanan Kepemudaan yang dilaksanakan oleh kementerian/lembaga sesuai dengan pembagian urusan pemerintahan. Koordinasi Strategis Lintas Sektor Pelayanan Kepemudaan bertujuan untuk meningkatkan efektivitas, sinkronisasi, dan harmonisasi program, kegiatan, dan kajian penyelenggaraan pelayanan Kepemudaan

Koordinasi strategis lintas sektor dalam pelayanan kepemudaan dilaksanakan dalam bentuk:

1. Program sinergis antarsektor dalam hal penyadaran, pemberdayaan, serta pengembangan kepemimpinan, kewirausahaan, dan kepeloporan Pemuda, dapat dilaksanakan melalui kegiatan:
   a. Peningkatan angka partisipasi Pemuda melalui pendidikan formal dan nonformal;

bappelitbangda

b. Peningkatan jenjang pendidikan sekolah Pemuda;
c. Peningkatan penyadaran Pemuda melalui pendidikan agama, wawasan kebangsaan dan bela negara, kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi, dan karakter kebangsaan;
d. Peningkatan kemudahan akses pendidikan Pemuda yang murah dan berkualitas sampai dengan di pedesaan serta daerah terpencil;
e. Peningkatan daya saing wirausaha Pemuda;
f. Peningkatan partisipasi Pemuda dalam pengembangan kepeloporan; dan
g. Peningkatan partisipasi Pemuda dalam pengembangan kepemimpinan.

2. Kajian dan penelitian bersama tentang persoalan Pemuda, dapat dilaksanakan melalui kegiatan:
   a. Penguatan pemberdayaan Pemuda melalui penyelenggaraan penelitian dan pendampingan kegiatan Kepemudaan terkait persoalan Pemuda;
   b. Peningkatan kuantitas dan kualitas penelitian Pemuda terkait persoalan Pemuda (dekadensi moral/destruktif Pemuda), yang meliputi seks bebas, HIV/AIDS, pornografi dan pornoaksi, prostitusi, perdagangan manusia, ancaman menurunnya kualitas moral, konflik sosial, perpecahan bangsa, serta hilangnya komitmen dan rasa kebangsaan (terorisme, radikalisme, dan separatisme); dan
   c. Peningkatan kuantitas dan kualitas penelitian Pemuda terkait kemiskinan Pemuda, kekerasan Pemuda, narkotika Pemuda, psikotropika Pemuda, dan zat adiktif lainnya.
3. Kegiatan mengatasi dekadensi moral, pengangguran, kemiskinan, dan kekerasan, serta narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya, dapat dilaksanakan melalui kegiatan:
   a. Peningkatan perlindungan Pemuda terhadap pornografi dan pornoaksi, perilaku seks bebas, prostitusi, HIV/AIDS, dan perdagangan manusia;
   b. Peningkatan perlindungan Pemuda terhadap ancaman penurunan kualitas moral dan konflik sosial;
   c. Peningkatan perlindungan Pemuda terhadap ancaman pengangguran dan kemiskinan; dan
   d. peningkatan perlindungan Pemuda terhadap perilaku kekerasan dan penyalahgunaan narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya.

bappelitbangda

5.2.1.2. Analisa Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Kebijakan pengembangan ekonomi kreatif terdiri dari kebijakan :

1. **Kebijakan Pemerintah Pusat Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif**

Perekonomian di Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, dimulai sejak masuknya perkembangan teknologi dalam kancah perekonomian telah melahirkan sebuah era ekonomi digital. Ekonomi digital di Indonesia mampu mendorong kreatifitas dan inovasi para pelaku usaha bisnis dalam melakukan usahanya melalui media internet, khususnya bagi anak muda yang banyak menggunakan fasilitas tetelpon seluler dalam mengakses berbagai kebutuhan. Perpaduan antara ekonomi digital dengan ekonomi kreatif merupakan hal yang unik dan sangat potensial untuk dikembangkan oleh pemerintah dan pihak-pihak terkait agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Industri kreatif di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup pesat semenjak dibentuknya Bekraf oleh pemerintah pusat. Meskipun belum lama berdiri yaitu pada awal tahun 2015, badan tersebut telah melakukan berbagai kebjiakan terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif yang ditujukan bagi para pelaku usaha. Berbagai macam kebijakan tersebut diantaranya yaitu sosialisasi kebijakan pembiayaan untuk pengembangan industri kreatif, pengembangan industri kreatif, menjaring isu, masalah, kendala, perumusan kebijakan, sosialisasi *best practices and success study* dari negara lain kepada pelaku usaha di seluruh Indonesia.

Potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia merupakan satu kesatuan utuh yang harus saling menguatkan dalam aspek ekonomi kreatif. Sehingga keseimbangan harus tetap terjaga agar pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis pada kreatifitas dan inovasi masyarakat tetap berjalan secara berkelanjutan. Konsep ekonomi kreatif tidak lepas dari inovasi dan kreatifitas dari pelaku usaha yang didukung oleh stakeholder terkait seperti pemerintah, swasta, serta pihak-pihak terkait lainnya yang turut berkontribusi dalam pengembangan industri ekonomi kreatif. Sehingga upaya pemerintah tersebut dapat dilaksanakan secara optimal, efektif, serta dapat memajukan perekonomian Indonesia menjadi lebih baik.

bappelitbangda

Upaya pemerintah di dalam meguatkan perekonomian baru di Indonesia adalah dengan mengandalkan Bekraf. Banyak usaha Bekraf dalam menjalankann kebijakannya seperti sosialisasi kebijakan pembiayaan untuk pengembangan industri kreatif, pengembangan industri kreatif, menjaring isu, masalah, kendala, perumusan kebijakan, sosialisasi best practices and success study dari negara lain kepada pelaku usaha di seluruh Indonesia. Hal tersebut merupakan suatu usaha yang baik, namun belum terlaksana secara optimal karena banyaknya subsektor dan pendirian Bekraf yang belum lama dibentuk. Tidak hanya itu, daya dukung infrastruktur juga menjadi kendala utama Indonesia dalam mendapatkan kemudahan aksesibiltas untuk mendistribusikan hasil produksi. Melihat kendala tersebut, Indonesia saat ini baru mengejar ketertinggalan infrastruktur ke dalam berbagai wilayah dan melakukan kerjasama dengan berbagai negara maju seperti Inggris dan Korea yang telah memanfaatkan ekonomi kreatif sebagai tonggak perekonomian negara tersebut. Letak kunci utama kesuksesan negara yang dapat memanfaatkan ekonomi kreatif adalah pada pengembangan infrastruktur wilayah yang baik. Infrastruktur wilayah adalah sistem fisik yang menyediakan transportasi, pengairan, drainase, bangunan gedung dan fasilitas publik lainnya yang digunakan untuk kebutuhan dasar manusia dalam kegiatan sosial ekonomi (Grigg, 1988). Infrastruktur tersebut terdiri atas sistem yang merujuk pada fasilitas sarana dan prasarana yang saling terintegrasi antara satu dengan yang lainnya. Sehingga adanya infrastruktur yang baik dapat mempermudah aliran barang dan produksi suatu wilayah ke wilayah yang lain. Melihat Bekraf dimana saat ini memiliki tanggungjawab terhadap 16 subsektor pengembangan ekonomi kreatif. Akan tetapi kebijakan baru pemerintah baru berfokus pada tiga subsektor yaitu film, aplikasi, dan musik. Ketiga hal tersebut merupakan sebuah trend yang sedang hangat di masyarakat dan harus dikembangkan secara tepat dan optimal. Industri perfilman di Indonesia yang sudah mendunia salah satunya adalah Battle of Surabaya, dimana film tersebut telah mendapatkan penghargaan dalam skala internasional yaitu penghargaan *Most People Choice Award (IMTF)* dan menjadi *Nomine Best Foreign Animation Award 15th Annual Golden Trailer Award 2014*. Aplikasi yang dikenal masyarakat di Indonesia saat ini diantaranya adalah Go-Jek, Uber, Traveloka, Tokopedia, Bli- Bli, Trivago, dan masih banyak

bappelitbangda

lagi. Aplikasi tersebut memiliki peran penting terhadap perilaku masyarakat dalam efektifitas mobilitas untuk mendapatkan suatu layanan atau jasa secara efisien. Layanan aplikasi lain yang sedang trend di kalangan masyarakat khususnya anak muda adalah aplikasi game, dimana perkembangan tersebut sangat cepat. Hal tersebut diengaruhi oleh banyaknya kalangan anak muda yang sudah memanfaatkan smartphone untuk mengakses internet. Kemudahan akses internet berkaitan dengan banyak aspek diantaranya akses aplikasi online, akses media sosial, akses telepon online, dan lain-lain. Industri musik yang saat ini dikenal oleh masyarakat Indonesia perlu mendapatkan promosi produk secara global agar dikenal oleh masyarakat Internasional, hal tersebut dapat dilakukan dengan perlindungan hak cipta dan pemasaran yang terintegrasi dengan negara lain.

Selain ketiga sub sektor tersebut, masih terdapat dua macam sub sektor yang sedang dalam tahap pengembangan yaitu kuliner dan seni kriya. Harapan adanya pengembangan subsektor tersebut adalah agar kemudian dapat mendorong subsektor lainnya secara bertahap seperti desain komunikasi visual, seni pertunjukan, animasi, fashion, dan lain-lain. kendala yang masih ada pada sektor kuliner dan kriya tersebut adalah infrastruktur yang masih belum memadai, produktivitas yang kurang, dan skala perekonomian yang masih kecil. Adapun stretegi untuk mengatasi kendala tersebut adalah dengan pemasaran dan pencitraan agar produk dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dukungan pemodalan bagi para pelaku usaha ekonomi kreatif telah dilakukan atas kerjasama antara Bekraf dengan Lembaga Pembiayaan Dana Bergulir Kementrian (LPDB UKM) untuk meningkatkan produktivitas, pemodalan merupaakan aset penting sebagai modal utama dalam mengembangkan industri kreatif bagi masyarakat untuk golongan menengah kebawah. Hal tersebut perlu didukung agar pemodalam dapat berjalan dengan lancar dan dapat dirasakan oleh para pelaku usaha.

Perencanaan sub sektor di Indonesia sebenarnya sudah cukup baik, namun integrasi antar stakeholder terkait dirasa masih belum optimal dan tersebar secara merata ke seluruh wilayah. Sehingga masih terdapat kesenjangan ekonomi di berbagai wilayah dan perlu adanya tindakan perbaikan serta perombakan kinerja instansi terkait secara cepat dan tepat. Selain itu perlu

bappelitbangda

perbaikan pengembangan desain yang masih tertinggal jauh dengan negara maju seperti korea, dimana Indonesia baru mampu melakukan kolaborasi tiga desain saja yaitu desain interior, desain komunikasi, dan desain produksi. Berbeda jauh dengan negara korea yang sudah mampu mengkolaborasikan sembilan desain kedalam satu subsektor. Tentu hal tersebut masih menjadi pekerjaan besar bagi pemerintah dalam upaya mengembangakan keenam belas sektor secara menyeluruh.

Dalam rencana pengembangan ekonomi kreatif terdapat lima permasalahan utama, antara lain : kuantitas dan kualitas sumber daya insani sebagai pelaku dalam industri kreatif, iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha di industri kreatif, penghargaan/apresiasi terhadap insan kreatif Indonesia dan karya kreatif yang dihasilkan, percepatan tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi, lembaga Pembiayaan yang berpihak kepada pelaku industri kreatif. Berdasarkan analisis serta penentuan arah dan sasaran pengembangan industri kreatif, maka dirumuskan **Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Kreatif** sampai dengan periode penguatan pilar dan landasan (2009-2015).

Visi Ekonomi Kreatif Indonesia hingga tahun 2025, yaitu "Bangsa Indonesia yang berkualitas hidup dan bercitra kreatif di mata dunia". Misi ekonomi kreatif adalah sebagai berikut: "Memberdayakan Sumber Daya Insani Indonesia Sebagai Modal Utama Pembangunan Nasional" untuk :

a. Peningkatan kontribusi industri kreatif terhadap pendapatan domestik bruto Indonesia.
b. Peningkatan ekspor nasional dari produk/jasa berbasis kreativitas anak bangsa yang mengusung muatan lokal dengan semangat kontemporer.
c. Peningkatan penyerapan tenaga kerja sebagai dampak terbukanya lapangan kerja baru di industri kreatif.
d. Peningkatan jumlah perusahaan berdaya saing tinggi yang bergerak di industri kreatif.
e. Pengutamaan pada pemanfaatan pada sumberdaya yang berkelanjutan bagi bumi dan generasi yang akan datang.
f. Penciptaan nilai ekonomis dari inovasi kreatif, termasuk yang berlandaskan kearifan dan warisan budaya nusantara.

bappelitbangda

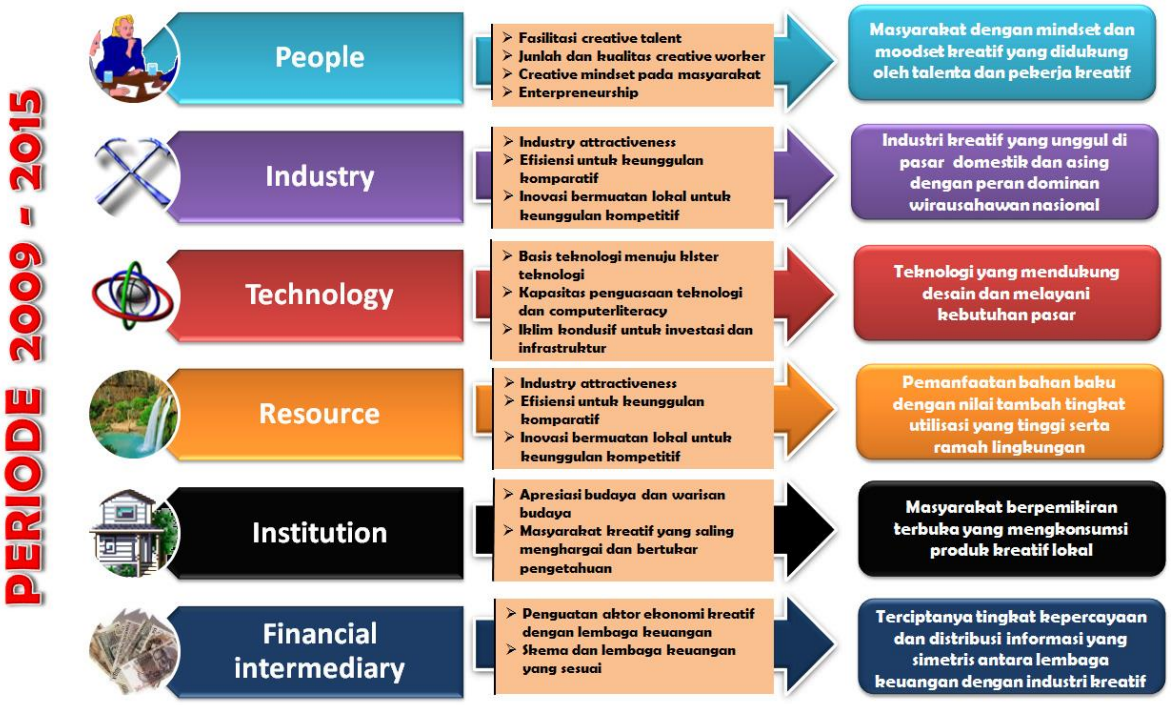
g. Penumbuhkembangan kawasan-kawasan kreatif di wilayah Indonesia yang potensial.
h. Penguatan citra kreatif pada produk/jasa sebagai upaya pencitraan Negara (*national branding*) Indonesia di mata dunia Internasional.

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dibagi menjadi 2 tahap, yaitu tahap penguatan pondasi dan pilar ekonomi kreatif (tahun 2009-2014), dan tahap akselerasi ekonomi kreatif (2015-2025). Sasaran ekonomi kreatif nasional yang hendak dicapai hingga tahun 2025 adalah sebagai berikut :

a. Kontribusi PDB industri kreatif mencapai 9-11% PDB nasional dengan syarat pertumbuhan rata-rata 9-11%.
b. Kontribusi ekspor industri kreatif mencapai 12-13% ekspor nasional, dengan syarat pertumbuhan rata-rata 10-12%.
c. Kontribusi tenaga kerja industri kreatif mencapai 9-11% tenaga kerja nasional.
d. Jumlah perusahaan industri kreatif meningkat 3-4 kali jumlah perusahaan industri kreatif tahun 2006.
e. Melanjutkan mendukung laju deforestasi berdasarkan kesepakatan baru pasca Kyoto 2012.
f. Mempertahankan pertumbuhan paten domestik terdaftar sebesar 4%.
g. Mempertahankan pertumbuhan hak cipta domestik terdaftar sebesar 38,94%.
h. Mempertahankan pertumbuhan merk domestik terdaftar sebesar 6%.
i. Mempertahankan pertumbuhan desain industri domestik terdaftar sebesar 39,7%.
j. Menumbuhkembangkan 7 kawasan kreatif potensial di wilayah indonesia (1 kawasan per tahun).
k. Menciptakan 325 merk lokal baru yang sudah ada, yang terpercaya dan telah secara legal terdaftar di dirjen HKI di Indonesia dan juga di kantor paten negara tujuan ekspor.

Pada tahap penguatan pondasi dan pilar ekonomi kreatif (tahun 2009-2014) telah disusun peta jalan pengembangan ekonomi kreatif sebagai berikut :

bappelitbangda



Gambar 5.1. Rencana Pengembangan

Sasaran jangka panjang pengembangan ekonomi kreatif nasional sampai dengan tahun 2025 adalah sebagai berikut:

a. Insan kreatif dengan pola pikir dan moodset kreatif.
b. Industri yang unggul di pasar dalam dan luar negeri, dengan peran dominan wirausahawan lokal.
c. Teknologi yang mendukung penciptaan kreasi dan terjangkau oleh masyarakat Indonesia.
d. Pemanfaatan bahan baku dalam negeri secara efektif bagi industri di bidang ekonomi kreatif.
e. Masyarakat yang menghargai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan mengkonsumsi produk kreatif lokal.
f. Tercapainya tingkat kepercayaan yang tinggi oleh lembaga pembiayaan terhadap industri di bidang ekonomi kreatif sebagai industri yang menarik.

Sasaran pengembangan ekonomi kreatif nasional tahun 2009-2015 sesuai dengan Intruksi Presiden Nomor 5 tahun 2009 adalah sebagai berikut :

a. Peningkatan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) kreatif yang berkualitas secara berkesinambungan dan tersebar merata di wilayah Indonesia; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:

bappelitbangda

- Meningkatkan anggaran pendidikan untuk mendukung penciptaan insan kreatif Indonesia.
- Melakukan kajian dan revisi kurikulum pendidikan dan pelatihan agar lebih berorientasi pada pembentukan kreativitas dan kewirausahaan pada anak didik sedini mungkin.
- Meningkatkan kualitas pendidikan nasional yang mendukung penciptaan kreativitas dan kewirausahaan pada anak didik sedini mungkin.
- Menciptakan akses pertukaran informasi dan pengetahuan ekonomi kreatif di masyarakat.

b. Peningkatan jumlah dan perbaikan kualitas lembaga pendidikan dan pelatihan formal dan informal yang mendukung penciptaan insan kreatif dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Membangun lembaga pendidikan dan pelatihan formal dan informal yang terkait dengan Pengembangan Ekonomi Kreatif, di daerah yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai klaster industri di bidang ekonomi kreatif.
   - Memperbaiki infrastruktur dan kualitas pembelajaran di lembaga pendidikan dan pelatihan.
   - Membangun mekanisme kemitraan antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelatihan dengan pelaku usaha untuk mengembangkan pendidikan dan pelatihan berkualitas dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif.
   - Mendorong pihak swasta untuk membangun lembaga pendidikan dan pelatihan khususnya yang terkait kebutuhan SDM dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif yang berkualitas dengan biaya terjangkau.
   - Menciptakan keterhubungan dan keterpaduan antara lulusan pendidikan tinggi dan sekolah menengah kejuruan yang terkait dengan Pengembangan Ekonomi Kreatif yang membutuhkan.
   - Menciptakan dan menjaga sistem standardisasi mutu pendidikan tinggi dan sekolah menengah kejuruan yang terkait dengan Pengembangan Ekonomi Kreatif.

bappelitbangda

c. Peningkatan penghargaan kepada insan kreatif oleh Pemerintah; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Memberikan dukungan kepada insan kreatif berbakat yang mendapat kesempatan di dunia internasional.
   - Memberikan dukungan pada kegiatan dan organisasi seni budaya dan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berperan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif.
   - Menyelenggarakan acara dan program yang menggali, mengangkat, dan mempromosikan insan kreatif Indonesia.
   - Menciptakan profil profesi dan standar kompetensi bagi para pelaku dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif.
   - Memberikan apresiasi/penghargaan kepada insan kreatif secara berkesinambungan.
d. Peningkatan jumlah wirausahawan kreatif sebagai lokomotif industri di bidang ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Mendukung para wirausahawan kreatif yang membutuhkan kemudahan dalam memulai dan menjalankan usaha.
   - Mendorong para wirausahawan sukses untuk berbagi pengalaman dan keahlian di institusi pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif.
   - Membangun mekanisme kemitraan antar pelaku bisnis ekonomi kreatif sebagai wadah pelatihan kewirausahaan.
e. Penciptaan database dan jejaring insan kreatif di dalam maupun di luar negeri; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Membangun database dan cerita sukses insan kreatif dan produk kreatif Indonesia.
   - Memfasilitasi pengembangan jejaring dan mendorong kerja sama antar insan kreatif Indonesia di dalam dan luar negeri.
   - Mendorong dan memfasilitasi insan kreatif luar negeri datang ke Indonesia untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan serta membangun jejaring bisnis di bidang ekonomi kreatif.
   - Membangun mekanisme kemitraan antar insan kreatif berpengalaman dengan insan kreatif potensial.

bappelitbangda

f. Peningkatan daya tarik industri di bidang ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Memperluas jangkauan distribusi produk kreatif di dalam dan luar negeri.
   - Meningkatkan apresiasi pasar terhadap produk kreatif di dalam dan luar negeri.
   - Melakukan riset pemasaran produk kreatif di dalam dan luar negeri.
   - Melakukan promosi produk kreatif di dalam dan luar negeri.
   - Menata dan merevitalisasi regulasi distribusi, regulasi impor-ekspor, dan subsidi untuk menjamin nilai tambah yang dapat dinikmati dengan adil.
   - Mendorong penegakan hukum atas penyelundupan, impor illegal, pembajakan serta pelanggaran atas Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
   - Menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dan adil untuk menjamin setiap pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif memiliki akses pasar yang sama.

g. Peningkatan efisiensi serta produktivitas industri untuk meningkatkan keunggulan komparatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Melakukan penataan industri pendukung terhadap industri di bidang ekonomi kreatif.
   - Mengembangkan infrastruktur transportasi dan infrastruktur telekomunikasi untuk memperluas jangkauan produk kreatif.
   - Memberikan insentif ekspor produk kreatif.
   - Memberikan insentif untuk impor bahan baku produk kreatif.
   - Melakukan penataan sebaran industri yang mendukung penciptaan klaster industri dan koridor ekonomi kreatif.

h. Peningkatan inovasi bermuatan lokal, untuk menciptakan keunggulan kompetitif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Mengembangkan sentra desain produk kreatif.
   - Meningkatkan riset sosial-ekonomi, sejarah, budaya, dan seni.
   - Melakukan sosialisasi tentang pasar, desain, hasil penelitian, dan perkembangan teknologi yang terkait dengan pengembangan industri di bidang ekonomi kreatif.

bappelitbangda

i. Pembentukan basis-basis teknologi pendukung industri di bidang ekonomi kreatif menuju klaster teknologi; dengan strategi pengembangan sebagai berikut :
   - Membuat prioritas basis pendukung teknologi informasi dan komunikasi bagi industri di bidang ekonomi kreatif.
   - Memfasilitasi koordinasi dan kolaborasi antar industri, lembaga riset pemerintah, dan pendidikan tinggi secara intensif.
   - Mengoptimalisasikan lembaga riset pemerintah untuk mengembangkan teknologi yang mendukung pengembangan industri di bidang ekonomi kreatif.
   - Mengembangkan inkubator-inkubator teknologi untuk mendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif.
   - Mengembangkan industri piranti keras dan piranti lunak dalam negeri sebagai penopang teknologi industri di bidang ekonomi kreatif.

j. Penguatan kapasitas penguasaan teknologi dan kemampuan pemanfaatan komputer di bidang ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Meningkatkan jumlah dan mutu lembaga pendidikan dan pelatihan teknologi informasi dan komunikasi di bidang ekonomi kreatif.
   - Menjalin kemitraan yang saling menguntungkan dengan negara yang memiliki teknologi kreatif yang sudah maju.
   - Mengembangkan pengelolaan sertifikasi atas teknologi di bidang ekonomi kreatif.
   - Mengintensifkan kerja sama riset dan teknologi multidisiplin antar institusi pendidikan di bidang ekonomi kreatif.
   - Melaksanakan penetrasi jaringan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi ke sentra industri di bidang ekonomi kreatif.

k. Penguatan iklim usaha kondusif bagi investasi teknologi pendukung ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   1) Melakukan revitalisasi regulasi impor teknologi pendukung industri di bidang ekonomi kreatif.
   2) Melakukan sosialisasi regulasi teknologi informasi dan komunikasi yang terkait dengan industri di bidang ekonomi kreatif.

bappelitbangda

3) Memberikan insentif investasi teknologi serta infrastruktur teknologi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

l. Peningkatan kemampuan SDM untuk memanfaatkan bahan baku yang berasal dari alam; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Melakukan intensifikasi pelatihan teknologi pengolahan material tepat guna dan ramah lingkungan.
   - Menjalin kemitraan strategis dengan negara yang sudah maju pada teknologi pengolahan.
   - Melakukan intensifikasi kerja sama lembaga pemerintah/swasta dengan industri di bidang ekonomi kreatif khususnya dalam pemanfaatan bahan baku alternatif.

m. Peningkatan apresiasi dan promosi sadar lingkungan pada industri di bidang ekonomi kreatif yang menggunakan bahan baku alam; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Mengkampanyekan penggunaan sumber daya alam terbarukan dan ramah lingkungan.
   - Mengkampanyekan pengembangan produk kreatif yang berorientasi pada penghematan sumber daya dan ramah lingkungan.

n. Pembentukan basis-basis teknologi penghasil bahan baku pendukung Industri di bidang ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Mendorong penelitian yang terkait dengan bahan baku sumber daya alam yang terbarukan dan ramah lingkungan dengan memperkuat koordinasi dan kolaborasi antara industri, lembaga riset pemerintah, dan pendidikan tinggi.
   - Mendukung riset untuk mengembangkan material alternatif yang berciri khas Indonesia sebagai bahan baku industri di bidang ekonomi kreatif.
   - Menentukan prioritas riset keanekaragaman hayati Indonesia yang berpontensi untuk dipatenkan.
   - Memberikan bantuan dukungan teknologi pengolahan bahan baku industri di bidang ekonomi kreatif.

o. Penciptaan iklim kondusif untuk menjaga ketersediaan pasokan bahan baku yang dibutuhkan oleh industri di bidang ekonomi kreatif; dengan

bappelitbangda

strategi pengembangan sebagai berikut:

- Mengevaluasi kebijakan ekspor komoditi hayati yang merupakan bahan baku utama bagi industri di bidang ekonomi kreatif.
- Membuat peraturan perdagangan komoditi hayati yang dibutuhkan oleh industri di bidang ekonomi kreatif yang adil bagi para pemangku kepentingan.
- Melakukan koordinasi secara aktif untuk mengawasi pemanfaatan sumber daya alam, penegakan hukum atas penyelundupan dan pencurian komoditi hayati yang merupakan bahan baku utama bagi industri di bidang ekonomi kreatif.

p. Penciptaan penghargaan terhadap HKI dan sosialisasi pentingnya HKI; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:

- Mengkampanyekan pentingnya kreativitas dan HKI sebagai modal utama keunggulan bersaing dalam era ekonomi kreatif.
- Mendorong pemberantasan praktek pembajakan produk kreatif.
- Menyusun dan mengimplementasikan kebijakan HKI secara konsisten.
- Memantapkan landasan interaksi bisnis antara perusahaan dengan insan kreatif berupa kontrak bisnis standar yang menghargai HKI.
- Memberikan layanan pengabdian masyarakat berupa edukasi dan layanan informasi HKI.

q. Peningkatan apresiasi terhadap budaya bangsa dan kearifan lokal; dengan strategi pengembangan sebagai berikut :

- Mensosialisasikan pentingnya penghargaan atas keanekaragaman budaya dalam masyarakat Indonesia yang merupakan sumber inspirasi bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- Menyusun dan mengimplementasikan kebijakan kebudayaan yang membawa bangsa Indonesia mencintai, menghargai dan bangga sebagai bangsa Indonesia.
- Mengkampanyekan penggunaan produk kreatif dalam negeri sebagai upaya penciptaan pasar bagi produk kreatif di dalam negeri.
- Mendorong penciptaan produk kreatif yang mengintegrasikan budaya lokal dan kecenderungan pasar yang diminati oleh pasar dalam dan luar negeri.

bappelitbangda

r. Peningkatan kesadaran dan penghargaan dunia internasional terhadap produk kreatif indonesia; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Membangun konsep, strategi dan implementasi kampanye dan promosi tentang Indonesia.
   - Mengembangkan diplomasi budaya sebagai bagian penting dari fungsi perwakilan Republik Indonesia di luar negeri.
   - Mempromosikan produk kreatif yang memiliki nilai ekonomis dan membawa ciri khas Indonesia ke dunia internasional.

s. Penciptaan masyarakat kreatif yang saling menghargai dan saling bertukar pengetahuan demi kuatnya industri nasional di bidang ekonomi kreatif dengan strategi pengembangan sebagai berikut :
   - Memfasilitasi dan mendorong terciptanya komunitas insan kreatif di dalam dan di luar negeri.
   - Mendorong dan mengikutsertakan ikatan profesi dan asosiasi industri dalam pengembangan industri di bidang ekonomi kreatif.
   - Memberdayakan masyarakat untuk dapat berpartisipasi aktif dalam komunitas kreatif baik secara formal maupun non formal.
   - Menciptakan ruang publik terbuka untuk asimilasi nilai-nilai dan pertukaran pengetahuan antar pemangku kepentingan industri di bidang ekonomi kreatif.

t. Penciptaan skema dan lembaga pembiayaan yang mendukung tumbuh kembangnya industri di bidang ekonomi kreatif dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
   - Mendorong dan memfasilitasi terciptanya skema pembiayaan yang sesuai bagi industri di bidang ekonomi kreatif.
   - Mengembangkan lembaga pembiayaan di sentra-sentra industri di bidang ekonomi kreatif.

u. Penguatan hubungan antara pelaku bisnis, pemerintah, dan cendekiawan dengan lembaga keuangan.
   - Memberikan prioritas bantuan dan fasilitasi pembiayaan industri di bidang ekonomi kreatif yang sudah layak/mandiri tetapi belum *bankable* dengan skema pembiayaan yang sesuai.

bappelitbangda

- Memfasilitasi interaksi pelaku industri di bidang ekonomi kreatif dengan lembaga pembiayaan untuk mengembangkan skema pembiayaan yang efektif.
- Memfasilitasi pertemuan antar pelaku industri di bidang ekonomi kreatif yang membutuhkan biaya dengan lembaga pembiayaan.

2. Kebijakan Pemerintah Provinsi Jawa Barat Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif

Industri kreatif di Jawa Barat belum digali dan dikembangkan secara optimal sesuai potensi yang dimilikinya.termasuk menambah 1 sub sektor basis industri kreatif yaitu, Kuliner . Oleh karena itu Bappeda Provinsi Jawa Barat berinisiatif untuk membentuk suatu tim inisiasi (*test force*) yang terdiri dari berbagai pakar untuk membantu pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam merumuskan strategi dan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif sehingga menjadi kekuatan ekonomi yang berdaya saing yang dapat diandalkan. Terkait dengan Kebijakan Ekonomi Kreatif, Provinsi Jawa Barat telah membuat cetak biru industri kreatif di Jawa Barat. Konsep cetak biru adalah :

a. Mengembangkan visi bersama dan menerima pola pikir baru yang berdaya saing, kesejahteraan, produktivitas, penguasaan diri, dan kerendahan hati;
b. Mengembangkan kesediaan untuk bertekad dan bersemangat demi keberhasilan perubahan provinsi;
c. Berusaha keras menoreh prestasi atau kontribusi atau mencapai target dalam segala aspek perubahan provinsi;
d. Meningkatkan kesejahteraan sosial dan menjunnjung keadilan sosial di provinsi.

Dibangunnya Visi bersama : Menjadikan Industri Kreatif sebagai media pembangunan SDM di Jawa Barat. Sumberdaya yang dimaksudkan adalah yang kreatif (melihat sesuatu yang baru), inovatif (mewujudkan produk/ jasa), dan produktif (memanfaatkan kesempatan).

Dibangunnya Komitmen bersama yaitu ; (1) Pembentukan forum industri kreatif Jabar: pemimpin kreatif, pewirausaha kreatif, komunitas kreatif, pekerja kreatif; (2) Peningkatan komunitas kreatif Jabar, (3) Pengembangan prasarana intelektual, (4) Pembangunan ekonomi antara lain dengan ; penataan rantai

bappelitbangda

nilai, peningkatan daya saing industri kreatif, peluang investasi dan sistem permodalan, (5). Peningkatan mutu pendidikan kreatif, (6) Ruang kreatif publik dan arsitektur kota,dan (7) Jejaring kota-kota kreatif Jabar.

Selain itu terumuskannya kebijakan dibangunnya Instrumen pengembangan ekonomi kreatif di Jawa Barat yaitu : (1) Berbagi kepentingan: riset, informasi, dan forum, (2) Iklim bertumbuh: kebijakan industri kreatif, (3) Kompetensi: pengembangan SDM dan komunitas kreatif, (4) Sisi penawaran: kreasi, produksi, dan merk, (5) Sisi permintaan: komersialisasi, promosi, distribusi, edukasi dan (6) Tujuan : produktivitas dan daya saing industri kreatif.

Terkait dengan kondisi tersebut, maka ditetapkan arah kebijakan, yaitu :

a. Menciptakan iklim yang mendorong kreatiitas, meliputi ;
   - Komisi Bandung atau Jabar kreatif;
   - Pusat informasi industri kreatif (survey teratur) untuk mendukung riset dan pengembangan industri kreatif;
   - Cetak biru pengembangan industri kreatif di Jawa Barat;
   - Pengakuan kepeloporan dan prestasi dalam industri kreatif;
   - Perlindungan hasil karya kreatif (hak cipta);
   - Kemudahan perijinan usaha industri kreatif;
   - Paket kebijakan keuangan dan;
   - Paket kebijakan investasi (layanan informasi investasi yang berkualitas internasional).
b. Mengembangkan kemampuan penciptaan rantai nilai kreatif, meliputi ;
   - Integrasi kegiatan kreatif, bisnis, dan teknologi;
   - Relevansi lembaga pendidikan dengan bisnis kreatif;
   - Layanan investasi yang berkualitas internasional;
   - Akses modal kerja atau pembiayaan bisnis kreatif;
   - Perlindungan terhadap karis pekerja kreatif dan penyetaraan gender.
c. Meningkatkan peluang atau permintaan terhadap produk kreatif, meliputi ;
   - Expo industri kreatif;
   - Kawasan atau pasar kreatif;
   - Duta Bandung kreatif di mancanegara;

bappelitbangda

- Cinta budaya bangsa Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 500/Kep.146-Bapp/2012.

Roadmap pengembangan ekonomi kreatif ini direncanakan untuk dilaksanakan sampai dengan RPJMD tahap ketiga yaitu sampai dengan tahun 2019. Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 500/Kep.146-Bapp/2012 tentang Komite Pengembangan Ekonomi Kreatif Jawa Barat merupakan keputusan yang dibuat dengan memperhatikan Inpres No. 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dan sebagai wadah yang dapat menjembatani serta memfasilitasi berbagai pemangku kepentingan ekonomi kreatif di Jawa Barat. Tugas komite adalah menyusun kebijakan pengembangan ekonomi kreatif Jawa Barat dan mengawal pelaksanaan rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif Jawa Barat. Komite mempunyai fungsi intermediasi pemangku kebijakan dan pelaku ekonomi kreatif serta para pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan ekonomi kreatif Jawa Barat dan penguatan jaringan kerja dan koordinasi antarkomunitas kreatif setiap Kabupaten/Kota maupun dengan komunitas kreatif nasional dan internasional. Pembiayaan kegiatan komite berasal dari APBD Provinsi Jawa Barat dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat. Susunan personalia komite terdiri dari PD yang terkait dengan ekonomi kreatif dan para pakar yang masuk dalam komisi. Pembina adalah Gubernur dan Sekda Provinsi Jawa Barat.

Ketua komite adalah kepala Bappeda, Wakil ketua adalah Kepala Disperindag, Sekretaris Komite adalah Kabid Ekonomi pada Bappeda, dan anggota komite adalah Kepala Badan Koordinasi Promosi dan Penanaman Modal Daerah, Kadis. Pariwisata dan kebudayaan, Kadis Koperasi dan UKM, Kadis. Pendidikan, Kadis. Permukiman dan Perumahan, Kadis. Komunikasi dan Informatika, dan Kabiro Administrasi perekonomian Setda Prov. Jabar.

Rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif di Jawa Barat dimulai dari prioritas pembangunan daerah di Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan *common goals* pembangunan daerah Provinsi Jawa Barat adalah sebagai berikut :

a. Peningkatan Kualitas Pendidikan;
b. Peningkatan Kualitas Kesehatan;
c. Peningkatan daya Beli Masyarakat;
d. Kemandirian Pangan;

bappelitbangda

e. Peningkatan Kinerja Aparatur;
f. Pengembangan Infrastruktur Wilayah;
g. Kemandirian Energi dan Kecukupan Air Baku;
h. Penanganan Bencana dan Pengendalian Lingkungah Hidup;
i. Pembangunan Perdesaan; dan
j. Pengembangan Budaya Lokal dan Destinasi Wisata.

Pengembangan industri kreatif di Jawa Barat dikaitkan dengan *common goals* yang ke-3 yaitu peningkatan daya beli masyarakat. Pada *common goals* ke-3 tersebut dijabarkan lagi menjadi kegiatan tematik dan unggulan. Output dari tematik 4 pengembangan industri kreatif dan wirausahawan muda kreatif berikut :

a. Meningkatnya jumlah populasi pelaku usaha industri kreatif;
b. Tumbuhnya wirausahawan muda di bidang industri kreatif;
c. Bandung menjadi trendsetter Fashion Muslim Internasional; dan
d. Tumbuhnya industri animasi , games, software dan film.

Terdapat 4 (empat) kebijakan dalam rencana aksi pengembangan industri kreatif di Jawa Barat, yaitu ;

a. Menciptakan infrastruktur yang memadai baik fisik, sosial dan hukum bagi pengembangan ekonomi kreatif, dengan strategi pencapaiannya dengan :
   - Membangun infrastruktur fisik berupa ruang publik sebagai penunjang aktivitas pelaku ekonomi kreatif;
   - Mempermudah akses pembiayaan terhadap pelaku ekonomi kreatif; dan
   - Menjamin perlindungan hukum bagi produk kreatif Jawa Barat yang merupakan warisan budaya dan bagi pelaku ekonomi kreatif.
b. Mengembangkan sumber daya insan kreatif;
c. Memperkuat kerjasama antar pemangku kepentingan pelaku ekonomi kreatif; dan
d. Meningkatkan dukungan terhadap riset dan pengembangan kreativitas dan inovasi.

3. Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat

Permasalahan yang fokus terhadap bidang Ekonomi Kreatif di Bandung Barat diantaranya :

bappelitbangda

a. Riset untuk pengembangan ekonomi kreatif masih terbatas

   Data dan informasi pengembangan ekonomi kreatif merupakan bahan dasar dalam pengembangan kebijakan ekonomi kreatif selanjutnya. Riset untuk pengembangan ekonomi kreatif masih terbatas, dari segi aspek pemasaran nasional dan internasional maupun pengembangan trend produk kreatif.

b. Pengetahuan dan keterampilan pelaku ekonomi kreatif perlu ditingkatkan

   Pengembangan ekonomi kreatif di KBB terkendala oleh terbatasnya kualitas pelaku kreatif baik menurut keahlian bidang maupun kemampuan untuk menjalankan dan mengelola usaha

c. Akses pelaku ekonomi kreatif terhadap sumber pendanaan dan pembiayaan belum meluas

   Data dan informasi pengembangan ekonomi kreatif merupakan bahan dasar dalam pengembangan kebijakan ekonomi kreatif selanjutnya. Riset untuk pengembangan ekonomi kreatif masih terbatas, dari segi aspek pemasaran nasional dan internasional maupun pengembangan trend produk kreatif.

d. Infrastruktur baik fisik maupun TIK yng dibutuhkan oleh pelaku ekonomi kreatif masih terbatas

   Terbatasnya jumlah pusat pelatihan, laboratorium riset, inkubator bisnis, kurangnya fasilitas sarana dan prasarana kreasi (*creative center*), pasar dan galeri seni, tempat pertunjukan yang permanen dan berstandar internasional, kota kreatif, *techno park*, belum adanya sistem pengarsipan karya-karya kreatif Indonesia sebagai sumber inspirasi penciptaan karya baru ke depan dan ketersediaan akses internet berkecepatan tinggi dengan persebaran yang merata hingga ke pelosok daerah, *e-commerce* dan *payment gateway*

e. Produk ekonomi kreatif beberapa belum dikenal luas dan dikonsumsi baik konsumen dalam negeri maupun luar negeri

   Pengembangan ekonomi kreatif masih menghadapi sulitnya akses pasar produk kreatif. Hal ini disebabkan belum terbangunnya rantai distribusi produk kreatif Kabupaten Bandung Barat ke pasar Lokal, Nasional dan Global. Saat ini data pasar produk kreatif domestik maupun internasional belum terhimpun secara lengkap, akurat dan terkini.

f. Skema pengembangan ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual belum terbangun

bappelitbangda

Peran inovasi dan kekayaan intelektual sangat penting bagi suatu usaha ekonomi kreatif yang berbasis intelektualitas. Perlunya model permodalan/pembiayaan usaha ekonomi kreatif yang sesuai dengan karakteristik usaha ekonomi kreatif yang berbasis intelektualitas.

Fokus pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Bandung Barat, meliputi :

a. Membangun Smart Traveller Plaza pada jalur pergerakan wisata paling potensial dimana konsepnya "Rest Area Berbasis Komunitas dengan Tema Industri Kepariwisataan dan Industri Kreatif"
b. Model Bisnis, Proses Bisnis dan Strategi Pengembangan Simpul-Simpul Destinasi Wisata Prioritas dan Simpul Industri Kreatif serta Agro wisata akan Di Kembangkan.
c. Pemetaan Klaster pengembangan industri kreatif dan Strategi Pengembangan Industri Kreatif dan Agrowisata di Kabupaten Bandung Barat.
d. Penyusunan Profil Investasi Industri Industri Kreatif di Kabupaten Bandung Barat.
e. Pengembangan Industri Pariwisata dan Industri Kreatif melalui pembentukan Mitra Strategis Industri Pariwisata dan Industri Kreatif di Kabupaten Bandung Barat.
f. Pengembangan start up pariwisata dan industri kreatif di berbagai destinasi.

5.2.2. Analisa Pengembangan

Dalam pengembangan profesionalitas pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat terdapat beberapa aspek/faktor yang harus yang harus di identifikasi sehingga dapat terumuskannya program dan kegiatan pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.

1. **Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Profesional Pemuda**

   Berdasarkan hasil observasi dan analisis terkait pengembangan profesionalitas pemuda dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat teridentifikasi sebagai berikut :

   b. Faktor pendukung pengembangan profesional pemuda, meliputi :
      1) Mendorong tumbuh kembangnya peran dan tanggung jawab pemuda Kabupaten Bandung Barat, sebagaimana tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pembanguan Kepemudaan, dimana pemuda Kabupaten Bandung Barat

bappelitbangda

diupayakan untuk berperan aktif sebagai ; kekuatan moral, kontrol sosial dan agen perubahan dalam semua aspek pembangunan. Terkait dengan dorongan dan kebutuhan peningkatan peran pemuda di Kabupaten Bandung Barat, maka Pemerintah Kabupaten untuk dapat menyedianan/fasilitasi dan pembinaan dalam pemenuhan hak pemuda, berupa :

a) Perlindungan khusus dari pengaruh destruktif;
b) Pelayanan dalam penggunaan prasarana dan sarana kepemudaan tanpa deskriminasi;
c) Advokasi;
d) Akses untuk pengembangan diri;
e) Kesempatan berperan serta perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi dam pengembilan keputusan stratagis program kepemudaan;
f) Akses pada lembaga permodalan dan jejaring kepemudaan;
g) Akses membentuk jejaring kemitraan.

2) Dukungan Pemerintah Daerah melalui penerapan kebijakan pelayanan kepemudaan yang berfungsi untuk melaksanakan penyadaran, pemberdayaan, pengembangan potensi kepemimpinan, kewirausahaan serta kepeloporan pemuda, sebagaimana telah ditetapkan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat No.4 Tahun 2020 tentang Pembangunan Kepemudaan.
3) Tingkat populasi pemuda yang cukup tinggi ; tahun 2020 sebesar 25,41% terhadap total jumlah penduduk dan tahun 2021 meningkat sebesar 25,62% terhadap total jumlah penduduk.
4) Tingkat keikutsertaan pendidikan pemuda yang cukup tinggi tahun 2021 untuk jenjang pendidikan SLTA keatas mencapai 28,25% terhadap jumlah total pemuda.

c. Faktor penghambat pengembangan profesional pemuda, meliputi :

1) Belum seimbangnya jumlah generasi pemuda dengan fasiltas pendidikan (formal dan non formal) yang tersedia.
2) Masih adanya tingkat pengangguran pada generasi muda tahun 2021 sebesar 32.961 jiwa atau 7,1% dari Total Jumlah Pemuda.

bappelitbangda

3) Penyalahgunaan pengguna NAPZA pada kalangan generasi muda.
   - Berdasarkan data BNN pada tahun 2020 terjadi 33 kasus penyalahgunaan Narkoba yang terungkap.
   - Terdapat 4 Kecamatan Rawan Narkoba ; Lembang, Batujajar, Cikalong Wetan dan Cipeundeuy.
4) Menurunnya jiwa idealisme, patriotism dan nasionalisme di kalangan masyarakat termasuk pemuda.
5) Masih rendahnya dukungan dan peran Pemerintah Daerah dalam menyediakan sarana kepemudaan.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Kewirausahaan Ekonomi Kreatif Pemuda

Berdasarkan analisa dan kajian terhadap pengembangan kewirausahaan ekonomi kreatif pemuda teridentifikasi :

a. Faktor pendukung kewirausahaan ekonomi kreatif pemuda, meliputi :
   1) Kebijakan Pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui penumbuhan lapangan kerja hingga tahun 2025, mampu menyerap tenaga kerja nasional mencapai 9 -11%.
   2) Kebijakan Pemerintah dalam meningkatkan dan perbaikan kualitas lembaga pendidikan dan pelatihan formal dan informal yang mendukung penciptaan pemuda kreatif dalam pengembangan ekonomi kreatif.
   3) Kesadaran dan minat pemuda untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitasnya di bidang Ekraf menurut survey relatif tinggi mencapai 81%.
   4) Kemajuan treknologi informasi yang pesat, sehingga mendorong tumbuh kembangnya inovasi dan kreativitas pemuda pelaku ekonomi kreatif.
   5) Sektor ekonomi kreatif bercirikan sebagai potensi ekonomi yang didasari kreasi dan inovasi terus berkembang, serta tidak memiliki batasan dalam penciptaan produk.
   6) Pemuda yang memiliki ijazah dan berpendidikan SMA keatas pada tahun 2021 mencapai 28,25%, sehingga dapat menjadi faktor pendorong terciptanya pemuda yang memiliki keahlian dan pengetahuan.

b. Faktor penghambat kewirausahaan ekonomi kreatif pemuda, meliputi :
   1) Sosialisasi program pengembangan kewirausahaan pemuda yang kurang intensif dan berkesinambungan.

bappelitbangda

2) Masih dijumpainya tumpang tindih kegiatan fasilitasi peningkatan kemampuan dan usaha oleh Perangkat Daerah (PD) bagi masyarakat (pemuda).

3. Karakter Sukses dan Proses Inovatif dari Sociopreneur Muda Dalam Pengembangan Profesional Pemuda

Berdasarkan hasil analisa dan kajian terhadap kondisi eksisting dan potensi pemuda di Kabupaten Bandung Barat, potensi dan profil ekraf Kabupaten Bandung Barat dan hasil penilaian profesionalisme pemuda dalam menumbuhkan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat, faktor pendukung dan penghambat profesional pemuda, faktor pendukung dan penghambat ekraf pemuda serta telaah kebijakan pengembangan ekraf baik skala nasional, Provinsi Jawa Barat dan Kabupaten Bandung Barat, maka dapat ditetapkan dan dirumuskan variabel dan indikator karakter sukses dan proses inovatif dari sociopreneur muda dalam pengembangan profesional pemuda di Kabupaten Bandung Barat.

Dalam merumuskan variabel yang dapat menggambarkan karakter sukses dan proses inovatif dari sociopreneur muda dalam pengembangan profesional pemuda didasarkan pada karakteristik pola pengembangan ekonomi kreatif yang memiliki beberapa ciri khusus/kekhasan dibandingkan dengan sektor ekonomi lainnya, yaitu ; adanya kreasi intelektual, mudah diganti, distribusi secara langsung maupun tidak langsung, membutuhkan kerjasama, berbasis ide dan tidak memiliki batasan.

Bentuk rumusan karakter sukses dan proses inovatif dari sociopreneur muda dalam pengembangan profesional pemuda digambarkan dengan jelas pada tabel berikut :

bappelitbangda

Tabel 5.1. Karakter sukses dan proses inovatif dari sociopreneur muda dalam pengembangan profesional pemuda

No.	Variabel	Indikator
1.	SDM	• Ketersediaan SDM dalam mengembangkan usaha kreatif yang memiliki kreasi, talent dan inovasi
		• Terbangunnya link & match antara jenjang pendidikan dengan industri/lapangan usaha kreatif
		• Jenjang Pendidikan SDM
		• Terbangunnya Jejaring Komunitas Kreatif
2.	Produk	• Ke khasan/keunikan dan jenis produk
		• Inovasi dan pengembangan produk
		• Produk telah didaftarkan HaKI (patent)
3.	Pasar/Pengguna	• Segmen pasar
		• Media pemasaran yang digunakan
		• Konsistensi dan focus dalam usaha
4.	R & D	• Terciptanya produk-produk baru
		• Menghindari plagiat/Inovasi yang terus berkembang
		• Optimalisasi peran dan fungsi Perguruan Tinggi dan Lembaga Pendidikan dalam penelitian dan pengembangan produk kreatif berikut mendidik SDM yang memiliki kompetensi dan talenta

Sumber : Hasil Analisa Konsultan, 2021

4. Potensi Ekraf per Kecamatan di Kabupaten Bandung Barat

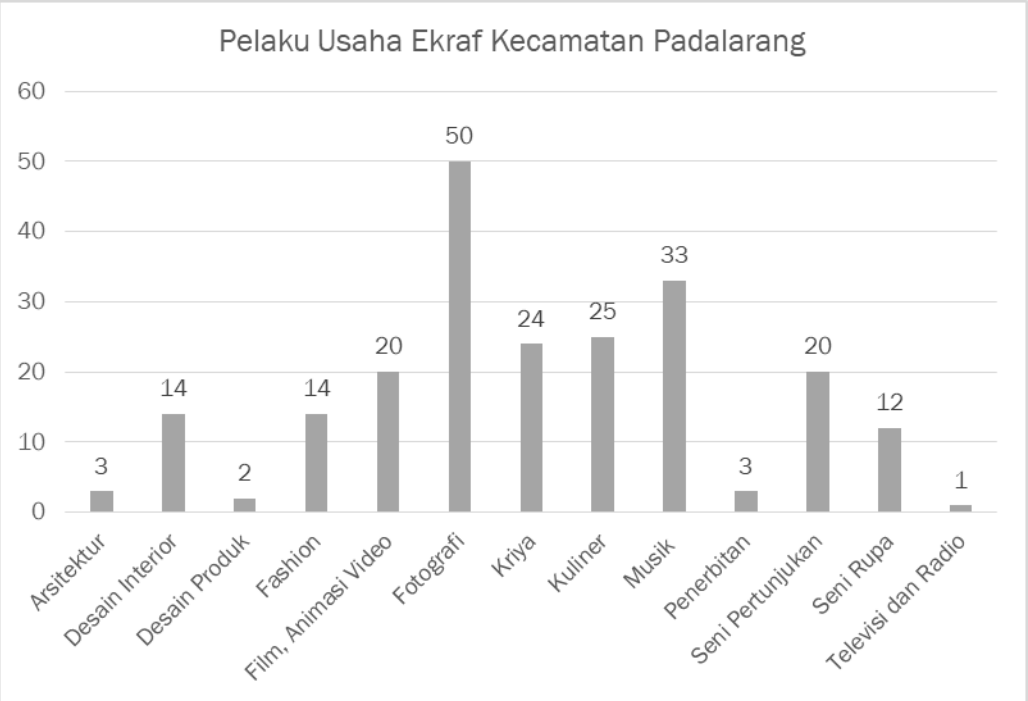
Berdasarkan hasil identifikasi dan koordinasi dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat, diperoleh diperoleh data informasi seluruh pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat sebanyak 1.475 pelaku/orang, yang terbagi per kecamatan sebagai berikut :

a. Kecamatan Padalarang

Kecamatan Padalarang memiliki potensi ekonomi kreatif sebanyak 13 (tiga belas) sub sektor, terdiri dari : sub sektor arsitektur, desain interior, desain produk, fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, seni pertunjukan, seni rupa, dan televisi radio, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 218 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

bappelitbang

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Arsitektur	3
2	Desain Interior	14
3	Desain Produk	2
4	Fashion	14
5	Film, Animasi Video	20
6	Fotografi	50
7	Kriya	24
8	Kuliner	25
9	Musik	33
10	Penerbitan	3
11	Seni Pertunjukan	20
12	Seni Rupa	12
13	Televisi dan Radio	1
Jumlah		221

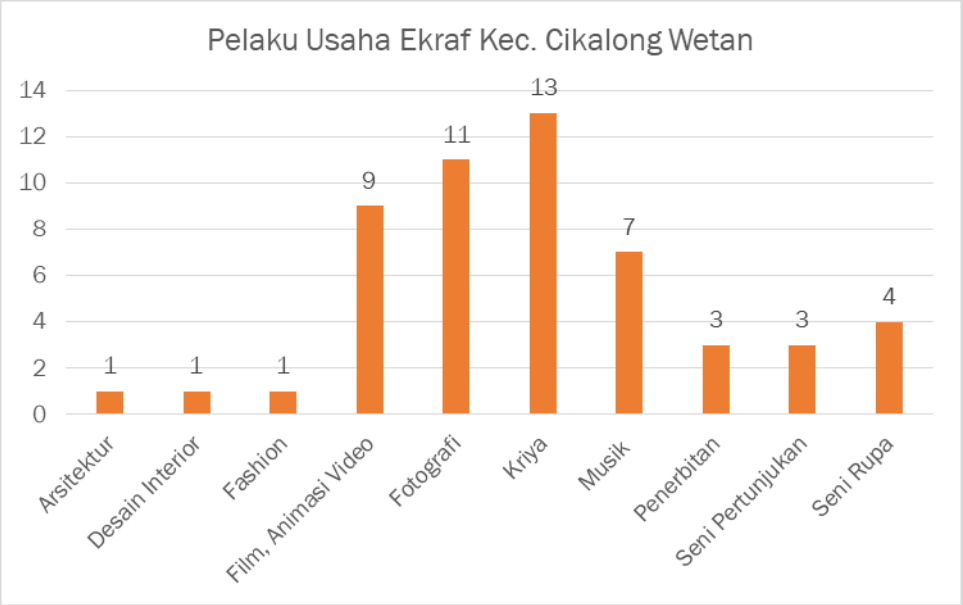


Sumber : Disparbud KBB, 2021

b. Kecamatan Cikalong Wetan

Kecamatan Cikalong Wetan memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 10 (sepuluh) jenis usaha kreatif meliputi ; arsitektur, desain interior, fashion, film animasi video, forografi, kriya, musik, penerbitan, seni pertunjukan, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 53 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Arsitektur	1
2	Desain Interior	1
3	Fashion	1
4	Film, Animasi Video	9
5	Fotografi	11
6	Kriya	13
7	Musik	7
8	Penerbitan	3
9	Seni Pertunjukan	3
10	Seni Rupa	4
Jumlah		53

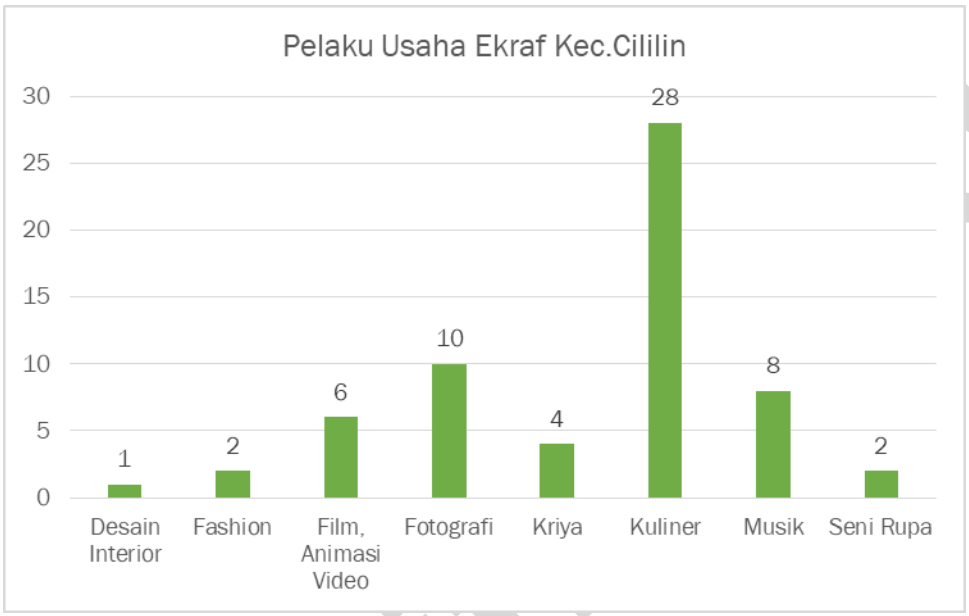


Sumber : Disparbud KBB, 2021

c. Kecamatan Cililin

Kecamatan Cililin memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 8 (delapan) jenis usaha kreatif meliputi ; desain interior, fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 61 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Desain Interior	1
2	Fashion	2
3	Film, Animasi Video	6
4	Fotografi	10
5	Kriya	4
6	Kuliner	28
7	Musik	8
8	Seni Rupa	2
Jumlah		61



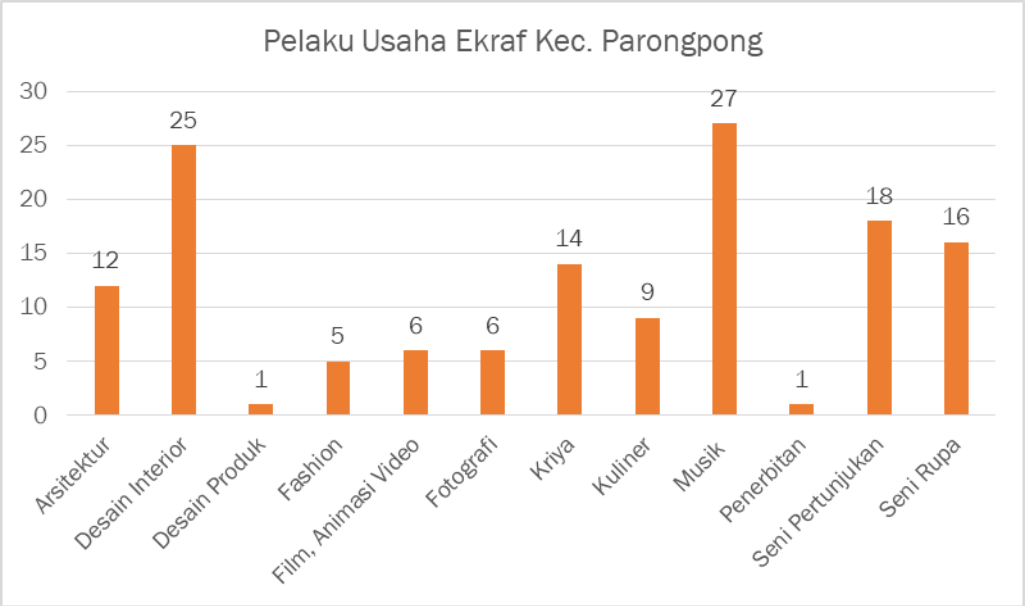
Sumber : Disparbud KBB, 2021

d. Kecamatan Parongpong

Kecamatan Parongpong memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 12 (dua belas) jenis usaha kreatif meliputi ; arsitektur, desain interior, desain produk, fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, seni pertunjukan, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 140 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

bappeli

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Arsitektur	12
2	Desain Interior	25
3	Desain Produk	1
4	Fashion	5
5	Film, Animasi Video	6
6	Fotografi	6
7	Kriya	14
8	Kuliner	9
9	Musik	27
10	Penerbitan	1
11	Seni Pertunjukan	18
12	Seni Rupa	16
Jumlah		140

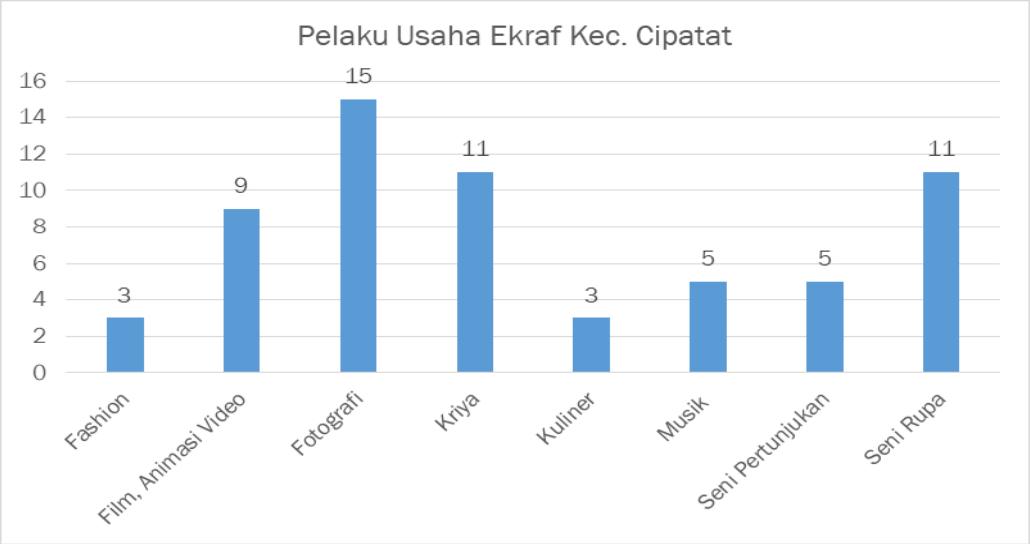


Sumber : Disparbud KBB, 2021

e. Kecamatan Cipatat

Kecamatan Cipatat memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 8 (delapan) jenis usaha kreatif meliputi ; fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, seni pertunjukan, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 62 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Fashion	3
2	Film, Animasi Video	9
3	Fotografi	15
4	Kriya	11
5	Kuliner	3
6	Musik	5
7	Seni Pertunjukan	5
8	Seni Rupa	11
Jumlah		62



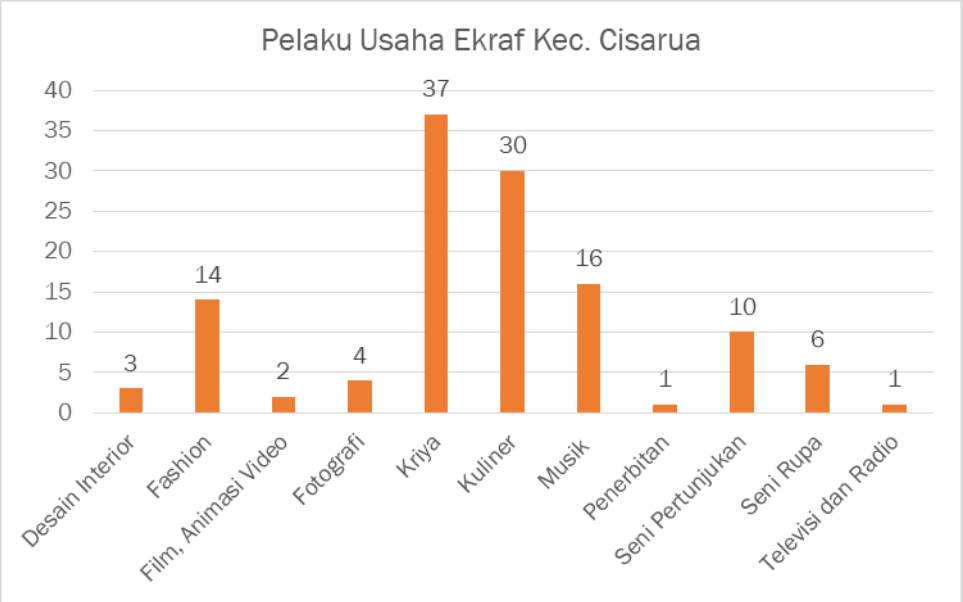
Sumber : Disparbud KBB, 2021

f. Kecamatan Cisarua

Kecamatan Cisarua memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 11 (sebelas) jenis usaha kreatif meliputi ; desain interior, fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, seni pertunjukan, seni rupa dan televise & radio dengan jumlah pelaku usaha sebesar 124 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Desain Interior	3
2	Fashion	14
3	Film, Animasi Video	2
4	Fotografi	4
5	Kriya	37
6	Kuliner	30
7	Musik	16
8	Penerbitan	1
9	Seni Pertunjukan	10
10	Seni Rupa	6
11	Televisi dan Radio	1
Jumlah		124

bappelitbangda



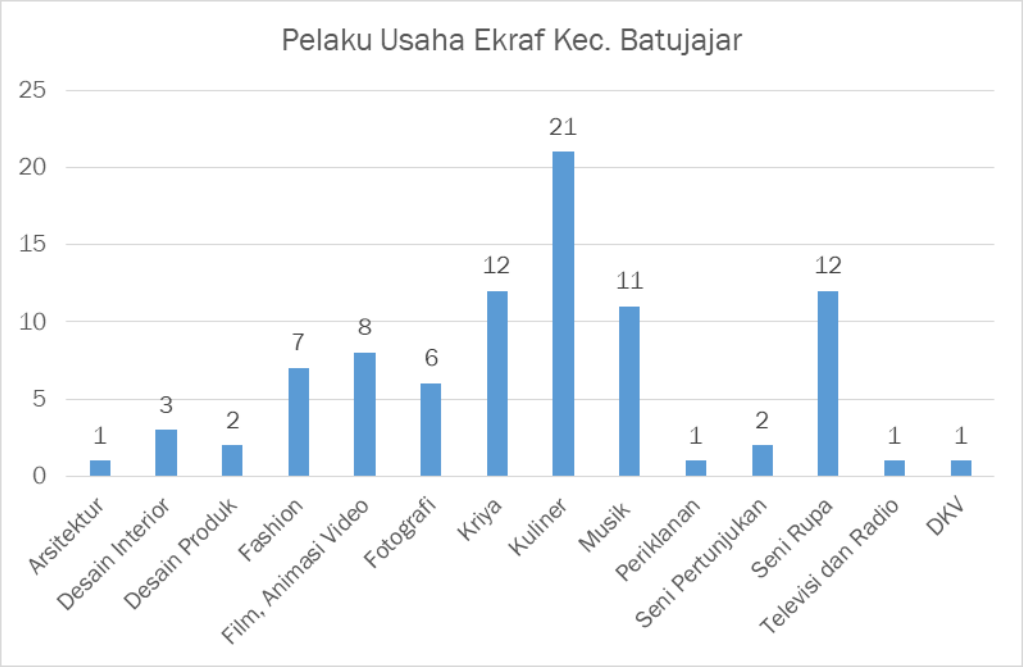
Sumber : Disparbud KBB, 2021

g. Kecamatan Batujajar

Kecamatan Batujajar memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 14 (empat belas) jenis usaha kreatif meliputi ; arsitektur, desain interior, desain produk, fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi radio dan Desain Komunikasi Visual (DKV) dengan jumlah pelaku usaha sebesar 88 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Arsitektur	1
2	Desain Interior	3
3	Desain Produk	2
4	Fashion	7
5	Film, Animasi Video	8
6	Fotografi	6
7	Kriya	12
8	Kuliner	21
9	Musik	11
10	Periklanan	1
11	Seni Pertunjukan	2
12	Seni Rupa	12
13	Televisi dan Radio	1
14	DKV	1
Jumlah		88

bappelitbangda



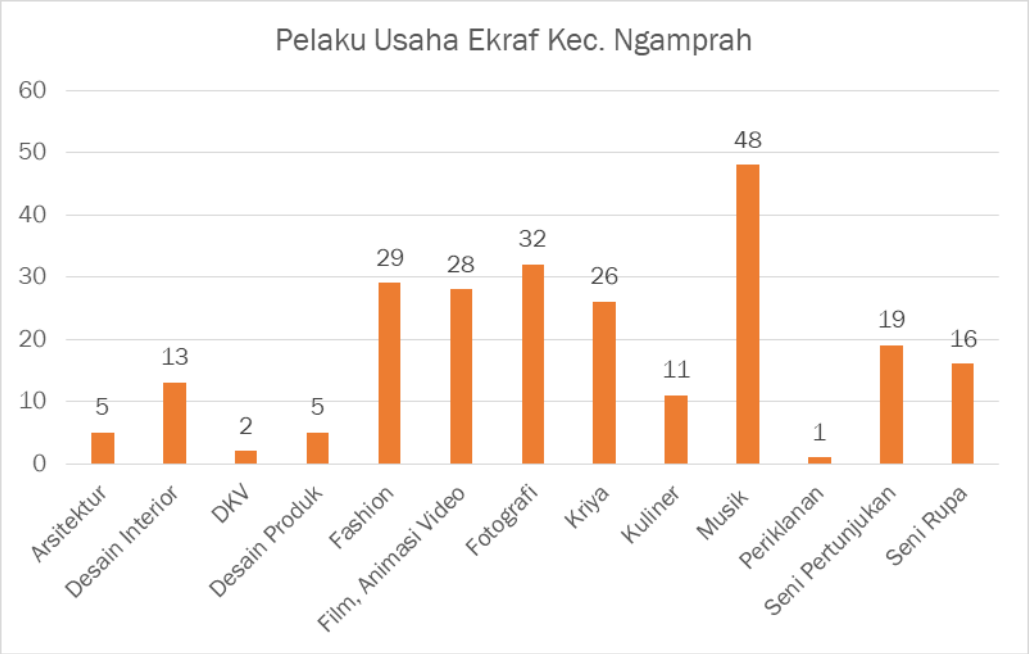
Sumber : Disparbud KBB, 2021

h. Kecamatan Ngamprah

Kecamatan Ngamprah memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 13 (tiga belas) jenis usaha kreatif meliputi ; arsitektur, desain interior, Desain Komunikasi Visual (DKV), desain produk, fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, periklanan, seni pertunjukan, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 235 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Arsitektur	5
2	Desain Interior	13
3	DKV	2
4	Desain Produk	5
5	Fashion	29
6	Film, Animasi Video	28
7	Fotografi	32
8	Kriya	26
9	Kuliner	11
10	Musik	48
11	Periklanan	1
12	Seni Pertunjukan	19
13	Seni Rupa	16
Jumlah		235

bappelitbangda



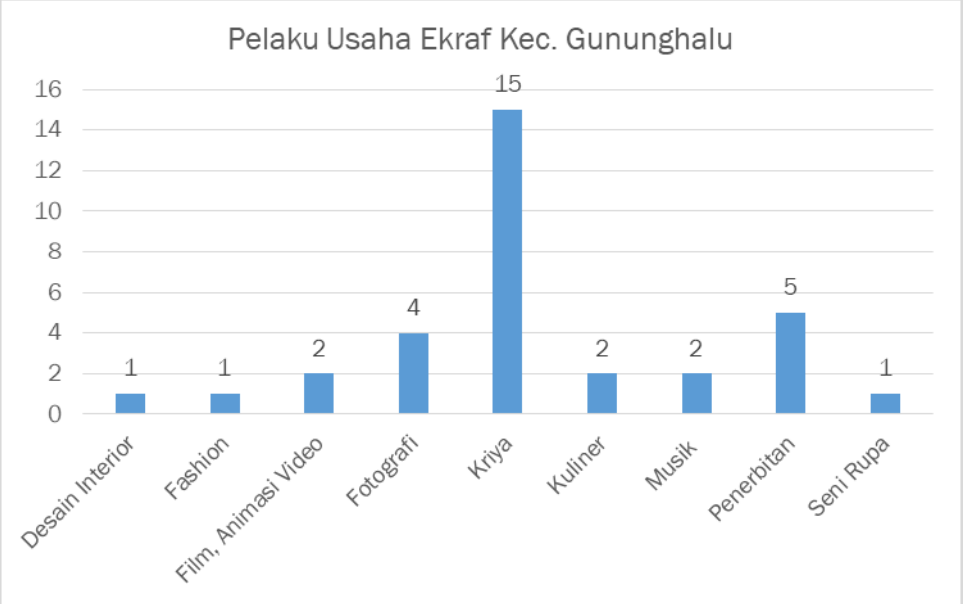
Sumber : Disparbud KBB, 2021

i. Kecamatan Gununghalu

Kecamatan Gununghalu memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 9 (sembilan) jenis usaha kreatif meliputi ; desain interior, fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 33 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Desain Interior	1
2	Fashion	1
3	Film, Animasi Video	2
4	Fotografi	4
5	Kriya	15
6	Kuliner	2
7	Musik	2
8	Penerbitan	5
9	Seni Rupa	1
Jumlah		33

bappelitbangda



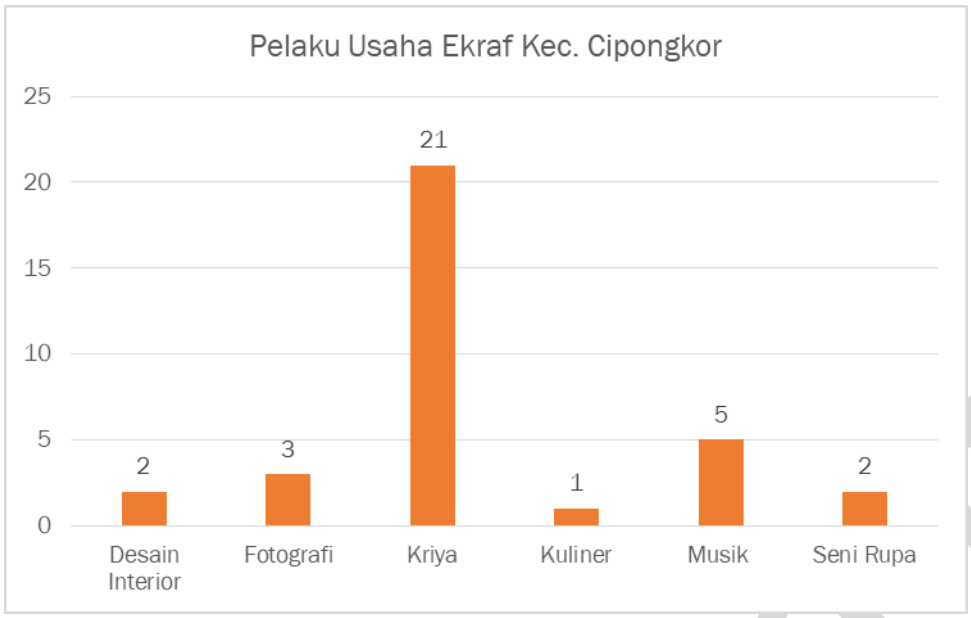
Sumber : Disprbud KBB, 2021

j. Kecamatan Cipongkor

Kecamatan Cipongkor memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 6 (enam) jenis usaha kreatif meliputi ; desain interior, fotografi, kriya, kuliner, musik, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 32 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Desain Interior	2
2	Fotografi	3
3	Kriya	21
4	Kuliner	1
5	Musik	5
6	Seni Rupa	2
Jumlah		32

bappelitbangda



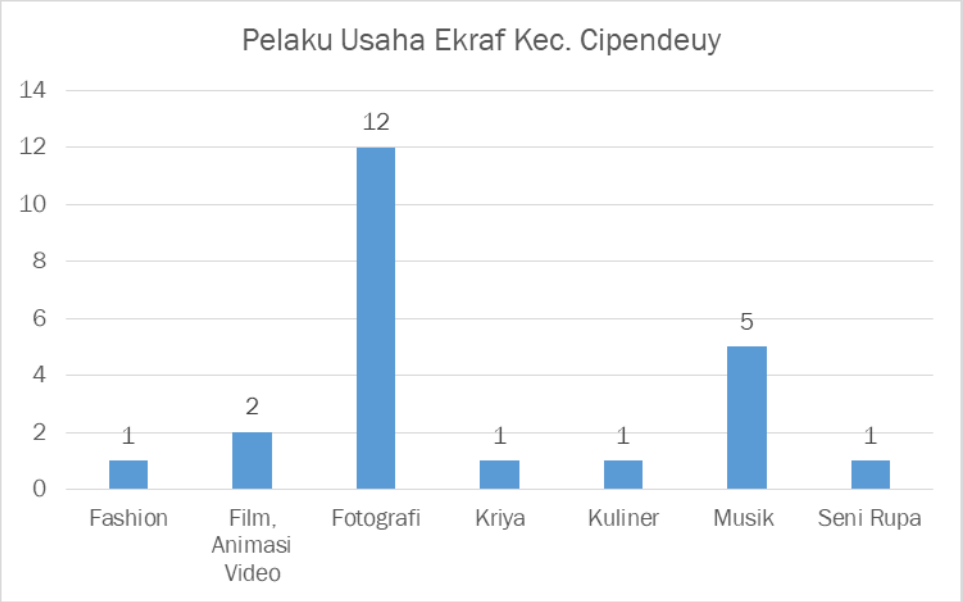
Sumber : Disparbud KBB, 2021

k. Kecamatan Cipendeuy

Kecamatan Cipendeuy memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 7 (tujuh) jenis usaha kreatif meliputi ; fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 23 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Fashion	1
2	Film, Animasi Video	2
3	Fotografi	12
4	Kriya	1
5	Kuliner	1
6	Musik	5
7	Seni Rupa	1
Jumlah		23

bappeltibang.id



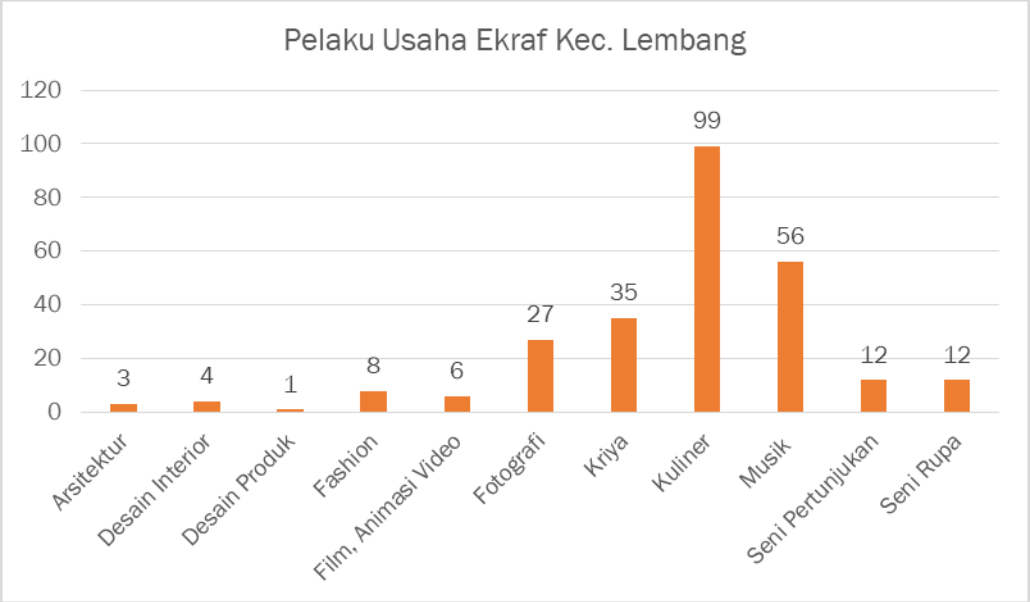
Sumber : Disparbud KBB, 2021

I. Kecamatan Lembang

Kecamatan Lembang memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 11 (sebelas) jenis usaha kreatif meliputi ; arsitektur, desain interior, desain produk, fashion, film animasi video, fotografi, kriya, kuliner, musik, seni pertunjukan, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 263 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Arsitektur	3
2	Desain Interior	4
3	Desain Produk	1
4	Fashion	8
5	Film, Animasi Video	6
6	Fotografi	27
7	Kriya	35
8	Kuliner	99
9	Musik	56
10	Seni Pertunjukan	12
11	Seni Rupa	12
Jumlah		263

bappelitbangda



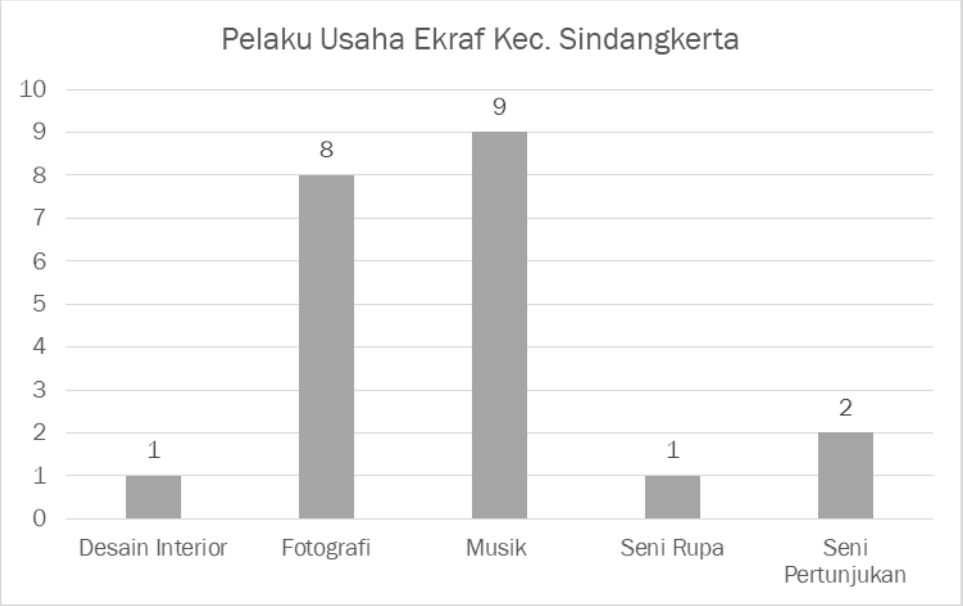
Sumber : Disparbud KBB, 2021

m. Kecamatan Sindangkerta

Kecamatan Sindangkerta memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 5 (lima) jenis usaha kreatif meliputi ; desian interior, fotografi, musik dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 21 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Desain Interior	1
2	Fotografi	8
3	Musik	14
4	Seni Rupa	1
5	Seni Pertunjukan	2
	Jumlah	21

bappeltbang.id



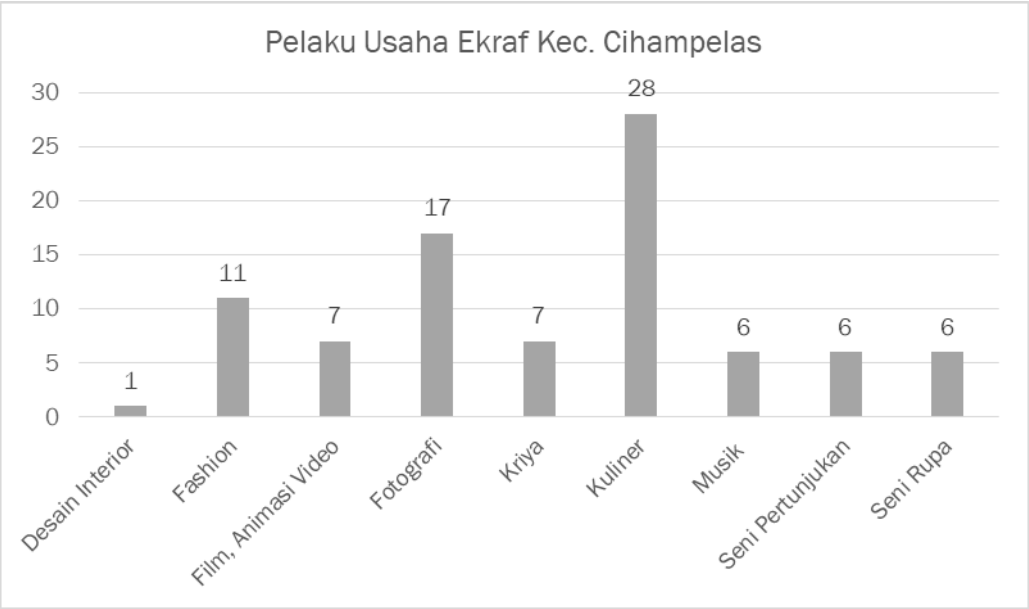
Sumber : Disparbud KBB, 2021

n. Kecamatan Cihampelas

Kecamatan Cihampelas memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 9 (sembilan) jenis usaha kreatif meliputi ; desain interior, fashion, film animasi, video, fotografi, kriya, kuliner, musik seni pertunjukan, dan seni rupa, dengan jumlah pelaku usaha sebesar 89 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Desain Interior	1
2	Fashion	11
3	Film, Animasi Video	7
4	Fotografi	17
5	Kriya	7
6	Kuliner	28
7	Musik	6
8	Seni Pertunjukan	6
9	Seni Rupa	6
Jumlah		89

bappelitbangda



Sumber : Disparbud KBB, 2021

o. Kecamatan Rongga

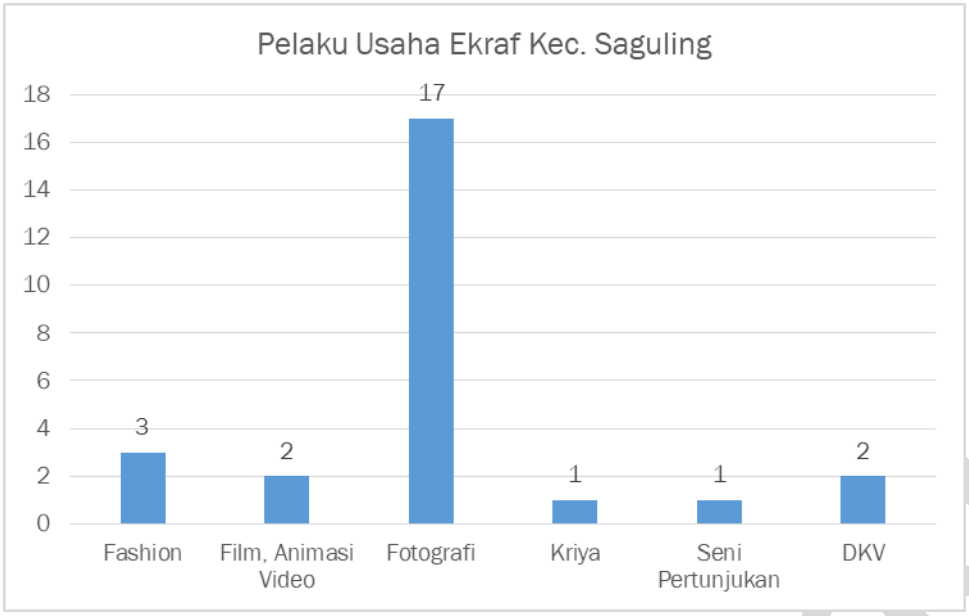
Kecamatan Rongga memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 2 (dua) jenis usaha kreatif adalah kriya dan fotografi dengan jumlah pelaku usaha masing-masing 1 orang.

p. Kecamatan Saguling

Kecamatan Saguling memiliki potensi ekonomi kreatif sebesar 6 (enam) jenis usaha kreatif meliputi ; fashion, film animasi video, fotografi, kriya, pertunjukan dan Desain Komunikasi Visual (DKV), dengan jumlah pelaku usaha sebesar 26 orang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

No	Jenis Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Fashion	3
2	Film, Animasi Video	2
3	Fotografi	17
4	Kriya	1
5	Seni Pertunjukan	1
6	DKV	2
Jumlah		26

bappelitbang



Sumber : Disparbud KBB, 2021

Secara keseluruhan potensi ekonomi kreatif dan pemuda per kecamatan di Kabupaten Bandung Barat dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.2. Jumlah Pemuda, Pelaku Ekraf dan Potensi Ekraf per Kecamatan

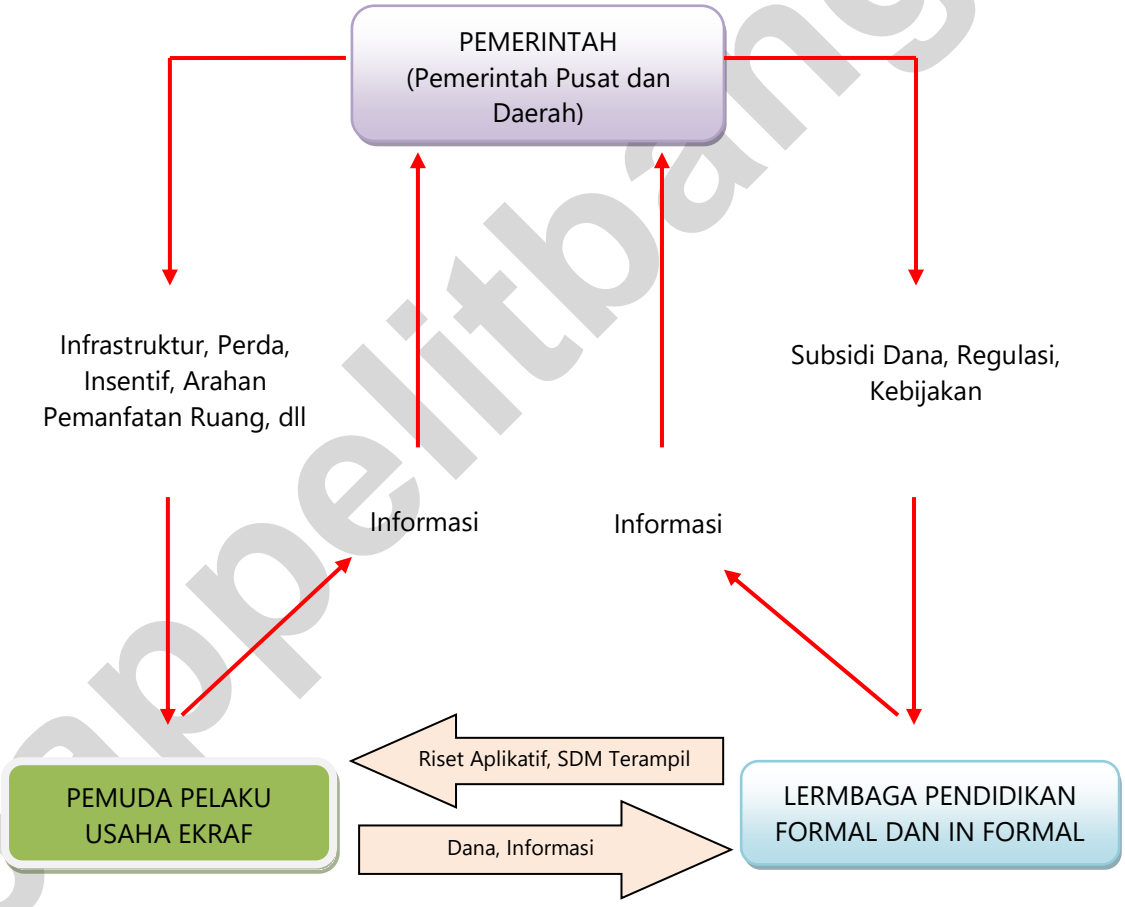
No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Jumlah Pemuda (Usia 16 - 30 Tahun)	Pelaku Ekraf	Potensi Sub Sektor Ekraf
1	Rongga	60.666	15.504	2	2
2	Gununghalu	79.175	20.123	33	9
3	Sindangkerta	73.458	18.347	21	5
4	Cililin	95.470	23.984	61	8
5	Cihampelas	132.659	34.514	89	9
6	Cipongkor	99.991	25.373	34	6
7	Batujajar	107.835	26.628	88	14
8	Saguling	33.820	8.529	26	6
9	Cipatat	140.301	36.693	62	8
10	Padalarang	181.359	45.797	221	13
11	Ngamprah	177.690	44.597	235	13
12	Parongpong	113.005	28.222	140	12
13	Lembang	197.640	50.117	263	11
14	Cisarua	79.154	19.777	124	11
15	Cikalong Wetan	128.106	33.748	53	10
16	Cipeundeuy	88.007	22.517	23	7
	Kabupaten	1.788.336	454.470	1.475	15

Sumber : Hasil Olahan Tahun 2021

5. Perumusan Model Pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat

Rumusan model pengembangan professional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif tersusun didasarkan atas hubungan antar pelaku akan tercipta

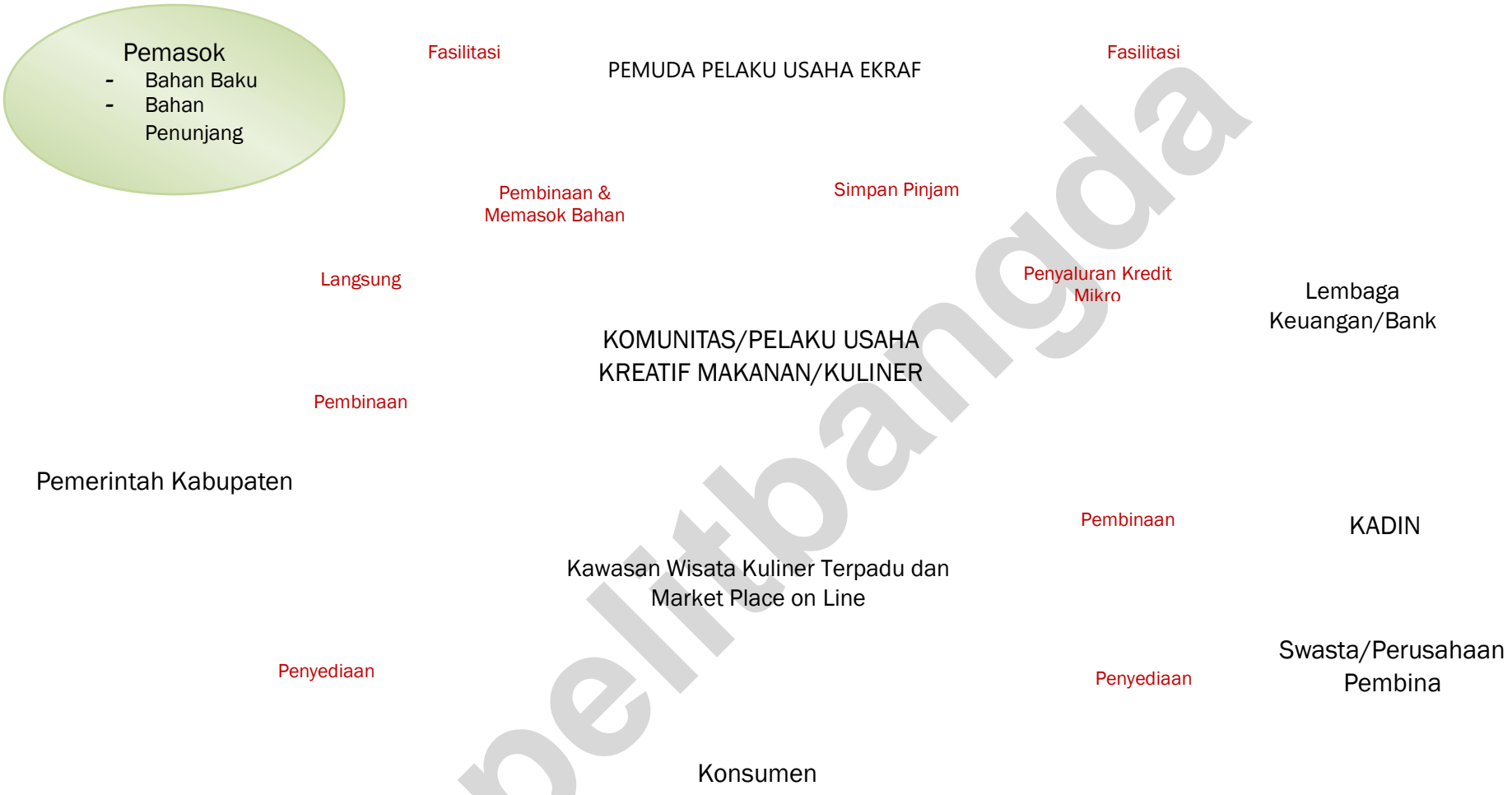
pola interdependansi, pemerintah berperan dalam menyediakan regulasi, insentif, membuat arahan pengembangan kepemudaan dan konsisten dengan arah pengembangan ekonomi kreatif, mencakup ; kluster, infrastruktur, keterpaduan program. Kalangan pelaku usaha ekonomi kreatif pemuda berperan dalam menyediakan informasi dan umpan balik kebijakan kepada pemerintah dalam batas tertentu akan menyumbangkan pajak dan retribusi pada pemerintah kabupaten. Dalam hubungannya dengan perguruan tinggi pelaku usaha ekonomi kreatif memberikan informasi kebutuhan yang perlu diperhatikan perguruan tinggi baik dalam hal riset aplikatif maupun kebutuhan pelatihan, sehingga dalam perspektif pasar industri akan bersedia membayar bila hasil riset dan pelatihan tersebut relevan dan dapat diandalkan sesuai dengan kebutuhan mereka.



Gambar 5.2. Model pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekraf

Sedangkan model kemitraan usaha kreatif pemuda sub sektor kuliner dan sub sektor barang produksi dan jasa dapat dilihat pada gambar berikut :

bappelitbangda



Gambar 5.3. Model Kemitraan Usaha Ekarf Pemuda Sub Sektor Kuliner

bappeltbangda



Gambar 5.4. Model Kemitraan Usaha Ekarf Pemuda Sub Sektor Barang Produksi/Jasa

bappelitbangda

6. **Penyusunan Rencana Aksi Pengembangan Profesional Pemuda dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat**

   Rencana aksi disusun berdasarkan indikasi program yang diusulkan dan disusun sesuai dengan kebijakan dan strategi pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.

   Untuk mengetahui proyeksi dan rencana aksi pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat tabel berikut :

bappelitbangda

Tabel 5.3. Rencana Aksi Pengembangan Professional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat

No	Aspek	Indikasi Program	Target	Tahun					Stake Holder Terkait
				I	II	III	IV	V	
1	SDM	1) Fasilitasi pelatihan tersertifikasi bagi pemuda guna meningkatkan daya saing	Meningkatkan daya saing pemuda/menjadikan pemuda KBB yang kompetitif						Disparbud, Dispora, Bappelitbangda
		2) Fasilitasi program pembangunan pemuda berkarakter	Terbentuknya SDM yang professional, berkarakteristik sesuai kearifan lokal (nyunda) dan berwawasan global.						
		3) Mengembangkan dan fasilitasi pembentukan jejaring komunitas kreatif	Terbentuknya jejaring komunitas masing-masing sub sektor ekraf						
		4) Fasilitasi program pengembangan kewirausahaan pemuda	Tumbuh kembangnya usaha ekraf bagi kalangan pemuda						
2	Produk	1) Pembangunan hub creative skala kabupaten dan creative space skala kecamatan	Terbangunnya wadah bagi para pelaku ekonomi kreatif guna memasarkan produk, edukasi, kerjasama, wisata						Disparbud, Dinas PUTR, Disperindag dan Dinas Kominfo, Dinas Koperasi dan UKM Bappelitbangda, Asosiasi Profesi, Komunitas Kreatif
		2) Fasilitasi dalam menjaga rantai pasok bahan baku guna menjamin keberlangsungan produksi.	Terfasilitasinya kemitraan antara sumber-sumber pemasok bahan baku dangan pelaku usaha kreatif						
		3) Fasilitasi kerjasama dengan perguruan tinggi dalam mengembangkan produk.	Terfasilitasinya kerjasama R&D dengan perguruan tinggi dalam pengembangan produk						
		4) Fasilitasi kompetisi karya cipta bekerja sama dengan komunitas , Pemda dan Dunia Usaha.	Terselenggaranya ajang kompetisi karya cipta yang teragendakan dengan baik.						
		5) Meningkatkan kreasi produk khas KBB dan pelestarian budaya, bangunan heritage	Terciptanya produk khas KBB, terlestarikannya seni dan budaya, serta bangunan heritage						
		6) Mendorong para pelaku usaha kreatif untuk medaftarkan dan mem-peroleh sertifikat HaKI.	Terfasilitasinya para pelaku usaha kreatif pemuda dalam mematentkan/ mendaftarkan HaKI produknya.						
		7) Pembangunan satu info berjuta media	Sosialisasi dan informasi yang tersampaikan secara massif dan berke-sinambungan						

bappelitbangda

No	Aspek	Indikasi Program	Target	Tahun					Stake Holder Terkait
				I	II	III	IV	V	
3	Pasar	1) Fasilitasi dalam pemasaran dan promosi produk melalui pengadaan event dan pameran, serta pagelaran secara berkesinambungan dan terjadwal dengan baik.	Penyelenggaraan event pameran, serta pagelaran secara berkala dan teragendakan dengan baik.						Disbudpar, Disperindag, Dinas Koperasi dan UKM, Komunitas Kreatif, Asosisi Profesi, Pengusaha
		2) Pembentukan *tim marketing intelegence* dalam membidik pasar luar negeri.	Terbentuknya tim marketing intelegence.						
		3) Optimalisasi KBB sebagai tujuan wisata yang berdaya saing.	Terbrandingnya KBB sebagai destinasi wisata didukung oleh sub sektor desain.						
		4) Pembangunan "*Market Place*" yg dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran baik fisik produk maupun pemasaran on line.	Terbangunnya Market Place						
		5) Fasilitasi "*Market Access*" pengembangan produk/jasa ekraf pemuda di pasar regional dan Internasional.	Terfasilitasinya pemasaran dan promosi lingkup regional dan internasional						
		6) Fasilitasi dan dukungan pelayanan perizinan yang mudah dan transparan.	Terfasilitasinya pelayanan perizinan						
		7) Fasilitasi *link & match* pelaku usaha kreatif desain dengan para pelaku usaha bidang perhotelan, pengelola kawasan wisata, pengusaha fashion,dll.	Terfasilitasinya kerjasama antara pelaku usaha kreatif desan dengan para pengusaha hotel, kawasan wisata, maupun fashion.						
		8) Mengembangkan Sapras utama dan pendukung MICE yang dapat secara signifikan menjadi faktor penarik wisatawan serta trigger bangkitan ekonomi lainnya	Terbangunnya sapras pendukung pengembang-an *MICE* yang memadai.						
4	**R & D**	1) Penyusunan data base dan pemetaan SDM/Pemuda Pelaku Usaha Ekraf	Tersusunnya data base dan pemetaan SDM pemuda pelaku usaha ekraf						Disbudpar, Disperindag, Perguruan Tinggi,

bappelitbangda

No	Aspek	Indikasi Program	Target	Tahun					Stake Holder Terkait
				I	II	III	IV	V	
		2) Menjalin kerjasama dengan Perguruan Tinggi untuk riset dan mendapatkan SDM handal.	Terjalinnya kerjasama dalam R&D antara pelaku usaha kreatif dengan pergiruan tinggi.						Komunitas Kreatif, Asosiasi Profesi Pengusaha
		3) Mendorong pengembangan/ penemuan material bahan baku dan proses produksi inovatif.	Ditemukannya material bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan produksi dan terciptanya TTG.						

bappelitbangda

BAB 6
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

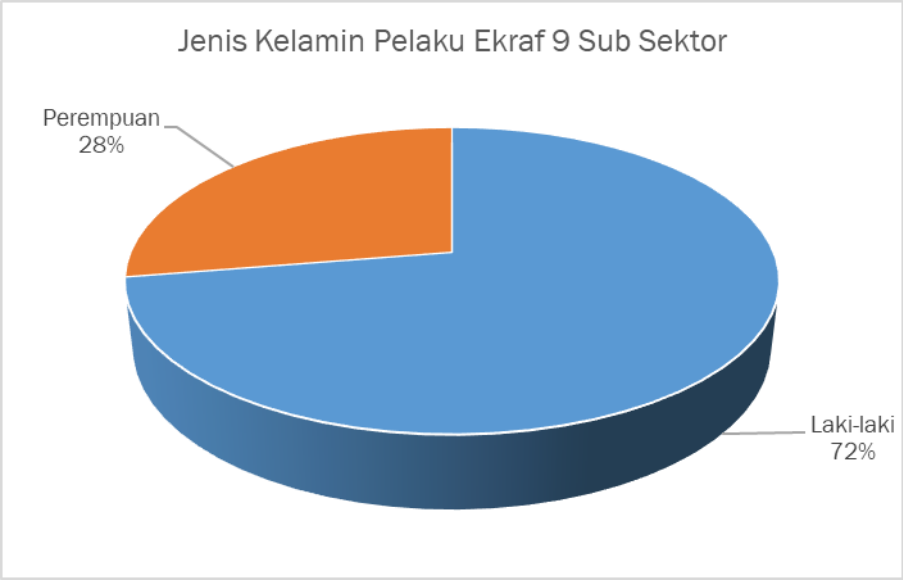
6.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan kompilasi data kajian pengembangan professional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat dapat disimpulkan :

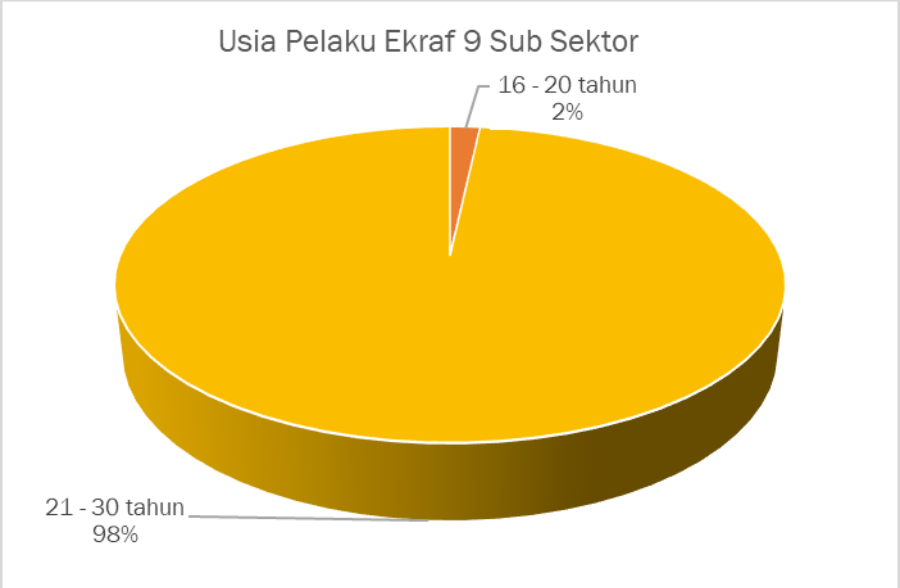
1. Dari hasil penyebaran kuestioner sebanyak 58 responden yang meliputi 9 sub sektor ekonomi kreatif diperoleh hasil sebagai berikut :

   a. Profil responden :

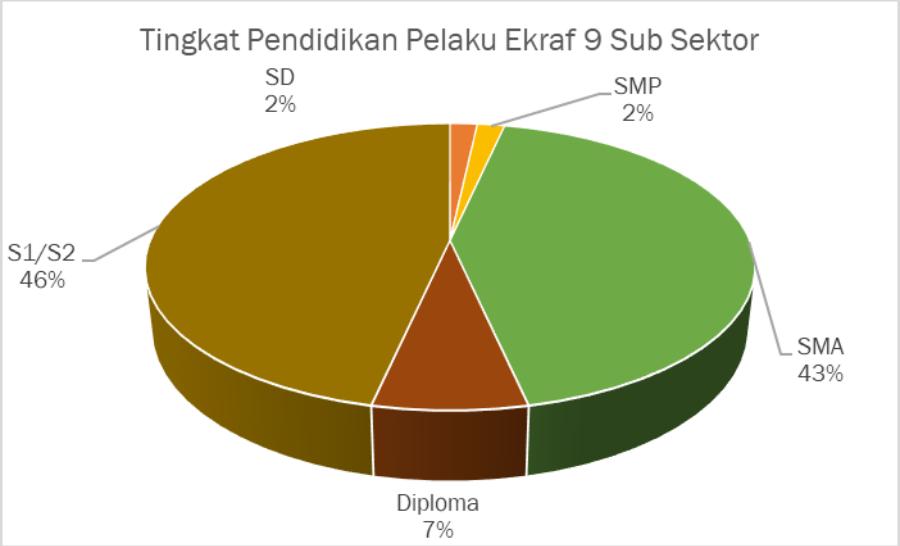
      1) Jenis Kelamin Usia Responedn

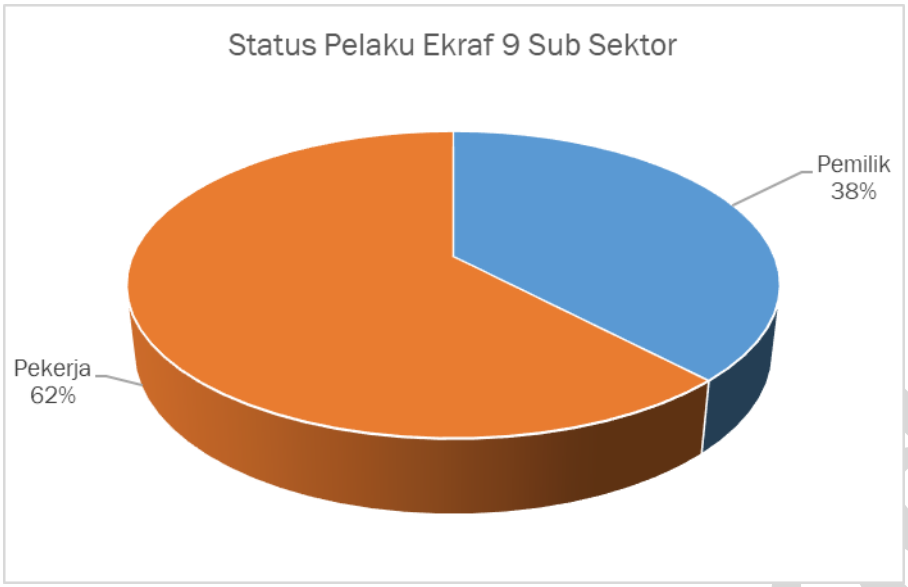


bandung



2) Tingkat Pendidikan da Status Pelaku Ekraf





b. Hasil Penilaian

Secara keseluruhan hasil penilaian keprofesionalan pemuda dalam menumbuhkembangkan ekonomi kreatif baik untuk yang 9 sub sektor maupun gambaran menyeluruh seluruh sub sektor ekonomi kreatif yang berkembang di Kabupaten Bandung Barat adalah profesional. Hal ini menggambarkan para pelaku usaha ekonomi kreatif muda (pemuda) di Kabupaten Bandung Barat inovatif, kreatif, berdaya saing (kompetitif) serta memiliki pengetahuan yang sejalan dan sesuai dengan bidangnya dan sikap yang konsisten di dalam menjalankan kegiatan dan usahanya.

2. Analisa Kebijakan Pengembangan Pemuda

Koordinasi Lintas Sektor Penyelenggaraan Pelayanan Kepemudaan adalah koordinasi pelayanan Kepemudaan yang dilaksanakan oleh kementerian/ lembaga sesuai dengan pembagian urusan pemerintahan. Koordinasi Strategis Lintas Sektor Pelayanan Kepemudaan bertujuan untuk meningkatkan efektivitas, sinkronisasi, dan harmonisasi program, kegiatan, dan kajian penyelenggaraan pelayanan Kepemudaan

Koordinasi strategis lintas sektor dalam pelayanan kepemudaan dilaksanakan dalam bentuk:

bappelitbangda

a. Program sinergis antar sektor dalam hal penyadaran, pemberdayaan, serta pengembangan kepemimpinan, kewirausahaan, dan kepeloporan Pemuda, dapat dilaksanakan melalui kegiatan:
   1) Peningkatan angka partisipasi Pemuda melalui pendidikan formal dan nonformal;
   2) Peningkatan jenjang pendidikan sekolah Pemuda;
   3) Peningkatan penyadaran Pemuda melalui pendidikan agama, wawasan kebangsaan dan bela negara, kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi, dan karakter kebangsaan;
   4) Peningkatan kemudahan akses pendidikan Pemuda yang murah dan berkualitas sampai dengan di pedesaan serta daerah terpencil;
   5) Peningkatan daya saing wirausaha Pemuda;
   6) Peningkatan partisipasi Pemuda dalam pengembangan kepeloporan; dan
   7) Peningkatan partisipasi Pemuda dalam pengembangan kepemimpinan.
b. Kajian dan penelitian bersama tentang persoalan Pemuda, dapat dilaksanakan melalui kegiatan:
   1) Penguatan pemberdayaan Pemuda melalui penyelenggaraan penelitian dan pendampingan kegiatan Kepemudaan terkait persoalan Pemuda;
   2) Peningkatan kuantitas dan kualitas penelitian Pemuda terkait persoalan Pemuda (dekadensi moral/destruktif Pemuda), yang meliputi seks bebas, HIV/AIDS, pornografi dan pornoaksi, prostitusi, perdagangan manusia, ancaman menurunnya kualitas moral, konflik sosial, perpecahan bangsa, serta hilangnya komitmen dan rasa kebangsaan (terorisme, radikalisme, dan separatisme); dan
   3) Peningkatan kuantitas dan kualitas penelitian Pemuda terkait kemiskinan Pemuda, kekerasan Pemuda, narkotika Pemuda, psikotropika Pemuda, dan zat adiktif lainnya.
c. Kegiatan mengatasi dekadensi moral, pengangguran, kemiskinan, dan kekerasan, serta narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya, dapat dilaksanakan melalui kegiatan:
   1) Peningkatan perlindungan Pemuda terhadap pornografi dan pornoaksi, perilaku seks bebas, prostitusi, HIV/AIDS, dan perdagangan manusia;

bappelitbangda

2) Peningkatan perlindungan Pemuda terhadap ancaman penurunan kualitas moral dan konflik sosial;
3) Peningkatan perlindungan Pemuda terhadap ancaman pengangguran dan kemiskinan; dan
4) peningkatan perlindungan Pemuda terhadap perilaku kekerasan dan penyalahgunaan narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya.

3. Analisa Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Fokus pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Bandung Barat, meliputi :

a. Membangun Smart Traveller Plaza pada jalur pergerakan wisata paling potensial dimana konsepnya "Rest Area Berbasis Komunitas dengan Tema Industri Kepariwisataan dan Industri Kreatif"
b. Model Bisnis , Proses Bisnis dan Strategi Pengembangan Simpul-Simpul Destinasi Wisata Prioritas dan Simpul Industri Kreatif serta Agro wisata akan Di Kembangkan.
c. Pemetaan Klaster pengembangan industri kreatif dan Strategi Pengembangan Industri Kreatif dan Agrowisata di KBB.
d. Penyusunan Profil Investasi Industri Industri Kreatif di KBB.
e. Pengembangan Industri Pariwisata dan Industri Kreatif melalui pembentukan Mitra Strategis Industri Pariwisata dan Industri Kreatif di KBB.
f. Pengembangan start up pariwisata dan industri kreatif di berbagai destinasi.

4. Karakter Sukses dan Proses Inovatif dari Sociopreneur Muda Dalam Pengembangan Profesional Pemuda

Perumusan variabel yang dapat menggambarkan karakter sukses dan proses inovatif dari sociopreneur muda dalam pengembangan professional pemuda didasarkan pada karakteristik pola pengembangan ekonomi kreatif yang memiliki beberapa ciri khusus/kekhasan dibandingkan dengan sector ekonomi lainnya.

Bentuk rumusan karakter sukses dan proses inovatif dari sociopreneur muda dalam pengembangan profesional pemuda digambarkan dengan jelas pada table berikut :

bappelitbangda

No.	Variabel	Indikator
1.	SDM	• Ketersediaan SDM dalam mengembangkan usaha kreatif yang memiliki kreasi, talent dan inovasi
		• Terbangunnya link & match antara jenjang pendidikan dengan industri/lapangan usaha kreatif
		• Jenjang Pendidikan SDM
		• Terbangunnya Jejaring Komunitas Kreatif
2.	Produk	• Ke khasan/keunikan dan jenis produk
		• Inovasi dan pengembangan produk
		• Produk telah didaftarkan HaKI (patent)
3.	Pasar/Pengguna	• Segmen pasar
		• Media pemasaran yang digunakan
		• Konsistensi dan focus dalam usaha
4.	R & D	• Terciptanya produk-produk baru
		• Menghindari plagiat/Inovasi yang terus berkembang
		• Optimalisasi peran dan fungsi Perguruan Tinggi dan Lembaga Pendidikan dalam penelitian dan pengembangan produk kreatif berikut mendidik SDM yang memiliki kompetensi dan talenta

5. Potensi Ekraf per Kecamatan di Kabupaten Bandung Barat

Secara keseluruhan potensi ekonomi kreatif dan pemuda per kecamatan di Kabupaten Bandung Barat dapat dilihat pada tabel berikut :

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Jumlah Pemuda (Usia 16 - 30 Tahun)	Pelaku Ekraf	Potensi Sub Sektor Ekraf
1	Rongga	60.666	15.504	2	2
2	Gununghalu	79.175	20.123	33	9
3	Sindangkerta	73.458	18.347	21	5
4	Cililin	95.470	23.984	61	8
5	Cihampelas	132.659	34.514	89	9
6	Cipongkor	99.991	25.373	34	6
7	Batujajar	107.835	26.628	88	14
8	Saguling	33.820	8.529	26	6
9	Cipatat	140.301	36.693	62	8
10	Padalarang	181.359	45.797	221	13
11	Ngamprah	177.690	44.597	235	13
12	Parongpong	113.005	28.222	140	12
13	Lembang	197.640	50.117	263	11
14	Cisarua	79.154	19.777	124	11
15	Cikalong Wetan	128.106	33.748	53	10
16	Cipeundeuy	88.007	22.517	23	7
Kabupaten		1.788.336	454.470	1.475	15

Sumber : Hasil Olahan Tahun 2021

bappeda

6. Perumusan Model pengembangan Profesional Pemuda dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat

   Rumusan model pengembangan professional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif tersusun didasarkan atas hubungan antar pelaku akan tercipta pola interdependansi, pemerintah menyediakan regulasi, insentif, membuat arahan pengembangan kepemudaan dan konsisten dengan arah pengembangan ekonomi kreatif, mencakup ; kluster, infrastruktur, keterpaduan program. Kalangan pelaku usaha ekonomi kreatif pemuda menyediakan informasi dan umpan balik kebijakan pada pemerintah dalam batas tertentu akan menyumbangkan pajak dan retribusi pada pemerintah kabupaten. Dalam hubungannya dengan perguruan tinggi pelaku usaha ekonomi kreatif memberikan informasi kebutuhan yang perlu diperhatikan perguruan tinggi baik dalam hal riset aplikatif maupun kebutuhan pelatihan, sehingga dalam perspektif pasar industri akan bersedia membayar bila hasil riset dan pelatihan tersebut relevan dan dapat diandalkan sesuai dengan kebutuhan mereka.

7. Penyusunan Rencana Aksi Pengembangan Profesional Pemuda dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat

   Rencana aksi disusun berdasarkan indikasi program yang diusulkan dan disusun sesuai dengan kebijakan dan strategi pengembangan professional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.

   Untuk mengetahui proyeksi dan rencana aksi pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat tabel berikut :

bappelitbangda

Rencana Aksi Pengembangan Professional Pemuda Dalam Penumbuhan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bandung Barat

No	Aspek	Indikasi Program	Target	Tahun					Stake Holder Terkait
				I	II	III	IV	V	
1	SDM	1) Fasilitasi pelatihan tersertifikasi bagi pemuda guna meningkatkan daya saing	Meningkatkan daya saing pemuda/menjadikan pemuda KBB yang kompetitif						Disparbud, Dispora, Bappelitbangda
		2) Fasilitasi program pembangunan pemuda berkarakter	Terbentuknya SDM yang professional, berkarakteristik sesuai kearifan lokal (nyunda) dan berwawasan global.						
		3) Mengembangkan dan fasilitasi pembentukan jejaring komunitas kreatif	Terbentuknya jejaring komunitas masing-masing sub sektor ekraf						
		4) Fasilitasi program pe-ngembangan kewirausahaan pemuda	Tumbuh kembangnya usaha ekraf bagi kalangan pemuda						
2	Produk	1) Pembangunan hub creative skala kabupaten dan creative space skala kecamatan	Terbangunnya wadah bagi para pelaku ekonomi kreatif guna memasarkan produk, edukasi, kerjasama, wisata						Disparbud, Dinas PUTR, Disperindag dan Dinas Kominfo, Dinas Koperasi dan UKM Bappelitbangda, Asosiasi Profesi, Komunitas Kreatif
		2) Fasilitasi dalam menjaga rantai pasok bahan baku guna menjamin keberlangsungan produksi.	Terfasilitasinya kemitraan antara sumber-sumber pemasok bahan baku dangan pelaku usaha kreatif						
		3) Fasilitasi kerjasama dengan perguruan tinggi dalam mengembangkan produk.	Terfasilitasinya kerjasama R&D dengan perguruan tinggi dalam pengembang-an produk						
		4) Fasilitasi kompetisi karya cipta bekerja sama dengan komunitas , Pemda dan Dunia Usaha.	Terselenggaranya ajang kompetisi karya cipta yang teragendakan dengan baik.						
		5) Meningkatkan kreasi produk khas KBB dan pelestarian budaya, bangunan heritage	Terciptanya produk khas KBB, terlestarikannya seni dan budaya, serta bangunan heritage						
		6) Mendorong para pelaku usaha kreatif untuk medaftarkan dan memperoleh sertifikat HaKI.	Terfasilitasinya para pelaku usaha kreatif pemuda dalam mematentkan/ mendaftarkan HaKI produknya.						

bappelitbangda

No	Aspek	Indikasi Program	Target	Tahun					Stake Holder Terkait
				I	II	III	IV	V	
		7) Pembangunan satu info berjuta media	Sosialisasi dan informasi yang tersampaikan secara massif dan berke-sinambungan						
3	Pasar	1) Fasilitasi dalam pemasaran dan promosi produk melalui pengadaan event dan pameran, serta pagelaran secara berkesinambungan dan terjadwal dengan baik.	Penyelenggaraan event pameran, serta pagelaran secara berkala dan teragendakan dengan baik.						Disparbud, Disperindag, Dinas Koperasi dan UKM, Komunitas Kreatif, Asosisi Profesi, Pengusaha
		2) Pembentukan *tim marketing intelegence* dalam membidik pasar luar negeri.	Terbentuknya tim marketing intelegence.						
		3) Optimalisasi KBB sebagai tujuan wisata yang berdaya saing.	Terbrandingnya KBB sebagai destinasi wisata didukung oleh sub sektor desain.						
		4) Pembangunan "*Market Place*" yg dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran baik fisik produk maupun pemasaran on line.	Terbangunnya Market Place						
		5) Fasilitasi "*Market Access*" pengembangan produk/jasa ekraf pemuda di pasar regional dan Internasional.	Terfasilitasinya pemasar-an dan promosi lingkup regional dan internasional						
		6) Fasilitasi dan dukungan pelayanan perizinan yang mudah dan transparan.	Terfasilitasinya pelayanan perizinan						
		7) Fasilitasi *link & match* pelaku usaha kreatif desain dengan para pelaku usaha bidang perhotelan, pengelola kawasan wisata, pengusaha fashion,dll.	Terfasilitasinya kerjasama antara pelaku usaha kreatif desan dengan para pengusaha hotel, kawasan wisata, maupun fashion.						
		8) Mengembangkan Sapras utama dan pendukung MICE yang dapat secara signifikan menjadi factor penarik wisatawan serta trigger bangkitan ekonomi lainnya	Terbangunnya sapras pendukung pengembang-an *MICE* yang memadai.						

bappitbang

No	Aspek	Indikasi Program	Target	Tahun					Stake Holder Terkait
				I	II	III	IV	V	
4	**R & D**	1) Penyusunan data base dan pemetaan SDM/Pemuda Pelaku Usaha Ekraf	Tersusunnya data base dan pemetaan SDM pemuda pelaku usaha ekraf						Disparbud, Disperindag, Perguruan Tinggi, Komunitas Kreatif, Asosiasi Profesi Pengusaha
		2) Menjalin kerjasama dengan Perguruan Tinggi untuk riset dan mendapatkan SDM handal.	Terjalinnya kerjasama dalam R&D antara pelaku usaha kreatif dengan pergiruan tinggi.						
		3) Mendorong pengembangan/ penemuan material bahan baku dan proses produksi inovatif.	Ditemukannya material bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan produksi dan terciptanya TTG.						

bappelitbangda

6.2. REKOMENDASI

Rekomendasi guna terwujudnya secara berkesinambungan pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan ekonomi kreatif Kabupaten Bandung Barat, mencakup :

1. Diperlukan adanya keterpaduan program terkait dengan pola fasilitasi dan pembinaan yang dilaksanakan oleh perangkat daerah terkait, seperti :
   a. Pola pembinaan pembentukan karakter (Character Building dan Capacity Building) kepemudaan menjadi ranah wewenang Dispora.
   b. Pola pembinaan terkait peningkatan keahlian dan pengetahuan usaha sepenuhnya di serahkan kepada Disparbud.
2. Dinas Pemuda dan Olahraga terkait pengembangan profesional pemuda dalam penumbuhan usahanya (ekraf) direkomendasikan untuk dapat :
   a. Melaksanakan inisiasi dan fasilitasi program dan kegiatan penyediaan sarana dan prasarana kepemudaan.
   b. Mengembangkan database terkait bidang usaha/lapangan kerja pemuda lebih terinci dan bervarian bidang usahanya.
3. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan seyogyanya sudah harus menyusun dokumen :
   a. Road Map Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat;
   b. Menyusun Rencana Aksi Daerah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat;
   c. Menyusun Master Plan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat.
   d. Penyusunan data base pelaku ekraf dan pemuda pelaku ekraf.
   e. Mendorong percepatan realisasi pelaksanaan pembangunan Gedung Ekraf skala Kabupaten dan Creatif Space (Ruang Kreatif) skala kecamatan, sebagai upaya pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.
4. Perlu diterbitkannya Peraturan Bupati terkait penjabaran pelaksanaan pembangunan kepemudaan di Kabupaten Bandung Barat sebagaimana telah ditetapkan dalam Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pembangunan Kepemudaan, dimana implementasi dan optimalisasi pelaksanaan penyadaran, pemberdayaan, serta pengembangan kepemimpinan, kewirausahaan, dan kepeloporan Pemuda dapat terlaksana dengan baik.

bappelitbangda