

PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI KOTA TASIKMALAYA PADA ERA DIGITAL

Wulansari^{1*}, Devina Fauziyah², Taofik Hidayat³, Suci Ramasiah⁴, Adi Prehanto⁵, Asep Nuryadin⁶

^{1,2,3,4,5,6}*Bisnis Digital Universitas Pendidikan Indonesia, Kampus Daerah Tasikmalaya
Jl.Lingkar Dadaha.No.18, Nagrawangi, Kec. Cihideung, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46124
Email Korespondensi: wulansari27@upi.edu*

ABSTRAK

Industri kreatif memiliki peranan penting dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional, yaitu dapat dilihat dari banyaknya daerah yang memiliki sektor industri kreatif, salah satu daerah yang terdapat banyak penggiat industri kreatif adalah kota tasikmalaya, beberapa industri kreatif yang terkenal di daerah tasikmalaya diantaranya yaitu batik, bordir, kayu olahan, makanan olahan, dan lainnya. penelitian ini bermaksud menjelaskan bagaimana keadaan industri kreatif di Kota Tasikmalaya serta permasalahan yang tengah dihadapi oleh para pelaku industri dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif dan wawancara kepada dinas UMKM dan para pelaku industri kreatif sebagai teknik pengumpulan data dan dideskriptifkan dengan berfokus pada penjelasan narasumber dan fakta yang diperoleh saat penelitian. data yang didapat menjelaskan bahwa teknologi digital mampu menjadi sarana penunjang dalam keberlangsungan perkembangan industri kreatif, hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang menggunakan aplikasi untuk menunjang segala aktivitas sehari-harinya, tentu saja ini menjadi tantangan bagi para penggiat pelaku industri kreatif untuk senantiasa selalu mengikuti arus perkembangan zaman. jika pelaku tidak didukung dengan adanya teknologi digital, besar kemungkinan pasar yang dicapai hanya berada di sekitar industri kreatif sehingga penjualan tidak mencapai target. maka dari itu, pentingnya peranan teknologi digital pada era sekarang bagi setiap industri kreatif sebagai perluasan target pasar.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Ekonomi Digital,UMKM.

ABSTRACT

The creative industry has an important role in increasing national economic growth, which can be seen from the many regions that have a creative industry sector, one of the areas where there are many creative industry activists is the city of Tasikmalaya, some of the famous creative industries in the Tasikmalaya area include batik, embroidery, processed wood, processed food, and others. This study intends to explain how the condition of the creative industries in the City of Tasikmalaya and the problems being faced by industry players by using a qualitative approach method and interviews with MSME offices and creative industry players as data collection techniques and is described by focusing on explanations from sources and facts obtained. during research. the data obtained explains that digital technology can be a means of supporting the sustainable development of the creative industry, this can be seen from the large number of people who use applications to support all their daily activities, of course this is a challenge for creative industry activists to always keep abreast of the flow of time. if the actors are not supported by digital technology, it is very likely that the market reached is only around the creative industry so that sales do not reach the target. therefore, the importance of the role of digital technology in the current era for every creative industry as an expansion of the target market.

Kata kunci : Creative Industry, Digital Economy, MSME

PENDAHULUAN

UMKM adalah kegiatan wirausaha yang dilakukan oleh satu orang maupun lebih yang termasuk dalam ciri khas usaha mikro sebagaimana terdapat dalam peraturannya. Salah satu hasil analisis dari salah satu artikel yang dibuat oleh Sari dkk. Menjelaskan bahwa “UMKM di negara yang kesejahteraan penduduknya masih dalam taraf menengah seperti Indonesia nyaris setiap aktivitas penjualannya selalu dalam lingkup terbesar dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan yang signifikan” (Sari, et al., 2020). Salah satu UMKM yang berjalan di negara Indonesia itu sendiri yaitu UMKM yang berfokus pada bidang industri kreatif.

Industri kreatif adalah sebuah aktivitas yang dijalankan oleh kumpulan orang sehingga dapat menciptakan suatu produk dari sebuah keterampilan yang dimiliki oleh kumpulan orang tersebut. Sebagaimana dijelaskan oleh departemen perdagangan RI “kegiatan manufaktur yang dibekali keterampilan dan kreatifitas seperti pengrajin dan lainnya adalah kegiatan yang mengandalkan keahlian dan pengembangan pikiran yang telah melekat pada seseorang sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran.” (Departemen Perdagangan RI, 2008). Seperti dilansir dalam salah satu artikel yang menyatakan bahwa “Industri kreatif di Indonesia dalam beberapa tahun ini sedang menjadi pusat perhatian, hal ini dikarenakan industri kreatif berperan aktif bagi perekonomian di Indonesia. data yang didapatkan dari badan ekonomi kreatif, pada tahun 2017 industri kreatif berperan sebesar 7,28% terhadap nilai pasar negara” (Suprayogi & Suryana, 2020)

Di Indonesia sendiri sudah banyak kota-kota yang dinilai memiliki kreativitas yang cukup tinggi sehingga dapat menciptakan suatu produk baik menjadi produk sebagai icon kota tersebut maupun produk sebagai kepentingan umum. Kota yang sangat identik dengan industri kreatifnya cukup besar sehingga menarik perhatian para peneliti yaitu kota Tasikmalaya.

Kota Tasikmalaya sebagai kota penghasil barang dari hasil keterampilan yang cukup tinggi diantaranya Bordir, Kerajinan Payung Geulis, Kelom Geulis, Kerajinan Mendong, Kerajinan Bambu dan lainnya (Haryadi, Ayotasik, 2019). Dimana kota tersebut juga merupakan kota strategis yang terletak di pertengahan antara Jawa Barat dan Jawa Tengah yang memiliki potensi besar dalam industri kreatif. Akan tetapi, walaupun banyak terdapat industri kreatif di Kota Tasikmalaya hal tersebut tidak menjamin kemajuan Kota Tasikmalaya dikarenakan beberapa faktor penghambat majunya sektor industri kreatif di Kota Tasikmalaya baik dalam hal kurangnya penerapan ekonomi teknologi maupun cara mengelola produk oleh pelaku industri kreatif itu sendiri.

Ekonomi digital adalah sebuah peristiwa atau kegiatan yang menunjukkan adanya aktivitas perekonomian yang disebabkan oleh perkembangan teknologi. Hadirnya ekonomi digital membawa banyak kemudahan, khususnya bagi pelaku usaha yang mampu beradaptasi dan menerapkannya dalam proses bisnisnya. Namun sebaliknya, pelaku usaha yang masih belum bisa menerapkan ekonomi digital, mereka memiliki peluang yang besar untuk tertinggal. Ekonomi digital mengarahkan semua pelaku usaha untuk mendigitalisasikan produk mereka. Kehadiran sosial media juga memberikan dampak yang cukup baik, tentunya dalam keberlangsungan bisnis saat ini. Menurut anggota DPRD DKI Jakarta, Yuke Yurike pada tahun 2017 mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia didorong oleh banyaknya pengguna internet yang bertransaksi secara daring. Dengan adanya kemajuan ekonomi digital, saat ini permasalahan yang timbul jauh lebih kompleks, pelaku usaha ditantang untuk

mampu mempromosikan, mengenalkan, serta membuat calon pelanggan tertarik hingga akhirnya mereka memutuskan untuk membeli produk mereka, dibandingkan toko kompetitor.

Dalam artikel ini akan menjelaskan mengenai bagaimana keadaan industri kreatif di Kota Tasikmalaya pada era digital yang didapatkan dari dinas UMKM dan beberapa industri kreatif di Kota Tasikmalaya yang menjadi sampel penelitian ini. Selain itu dalam artikel ini akan menjelaskan tentang apa saja permasalahan yang tengah dihadapi oleh pelaku industri pada era digital ini.

METODE PELAKSANAAN

Metode dan Teknik Penelitian

Penelitian ini melakukan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada penjelasan narasumber dan fakta yang diperoleh saat penelitian. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode wawancara yang berasal dari empat sumber, yakni dinas UMKM dan beberapa sub-sektor industri kreatif di kota tasikmalaya, antara lainnya industri kreatif di bidang konveksi, bordir dan olahan makanan.

Dalam wawancara yang dilakukan kita dapat mengetahui permasalahan apa saja yang tengah dihadapi oleh pelaku industri, bagaimana permasalahan tersebut dapat terjadi, bagaimana penanganan permasalahan yang dihadapi, lalu bagaimana perkembangan industri tersebut pada era digital sekarang ini.

Selanjutnya data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknis analisis data di lapangan model Miles dan Huberman (2007). Teknis ini dipilih karena analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas dan datanya sudah jenuh. Adapun komponen-komponen dalam analisis data ini, diantaranya reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Tasikmalaya, tepatnya di kantor kedinasan, daerah pusat kota dan Kawalu. Daerah tersebut merupakan lokasi kantor UMKM dan Perindag serta lokasi pelaku industri kreatif di bidang olahan makanan, konveksi, dan bordir. Waktu penelitian dilakukan pada akhir Oktober hingga awal November.

Sumber Data Penelitian

Penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Perolehan data primer bersumber dari wawancara langsung kepada para informan-informan yang berkaitan dengan industri kreatif. Sedangkan perolehan data sekunder dilakukan melalui kajian literatur dari berbagai artikel penelitian, buku-buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri kreatif di kota Tasikmalaya

Di daerah Tasikmalaya, industri kreatif yang berkembang, terdiri dari 8 sektor utama, yaitu bordir, kerajinan kayu, mendong, makanan olahan, konveksi, payung geulis, kelom geulis, serta alas kaki, hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan (Darusman, 2016) mengenai jenis-jenis kerajinan industri kreatif yang menonjol di kota tasikmalaya. Namun dari banyaknya macam tersebut, hanya terdapat tiga sektor utama yang eksistensinya sangat melambung tinggi di kota tasikmalaya, yakni olahan makanan, konveksi dan bordir.

Industri kreatif di bidang olahan makanan merupakan salah satu dari tiga sektor industri kreatif terbesar di kota tasikmalaya yang banyak dijumpai dan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perekonomian. Beberapa di antaranya yaitu baso aci, kripik ikan, nasi TO, baso firman, lumpia basah, dan saung lesehan yang biasanya terdapat di pusat kota seperti di jl. KH Zainal Mustofa, jl. Yuda negara, jl. Dadaha dan jl. BKR. Namun dalam penilitian ini terfokus pada olahan makanan yang dilakukan oleh saung jember yang terdapat di jl. Ir H Djuanda dan Adil frozen food yang terdapat di jl. Cikurubuk.

Selain dari industri olahan makanan terdapat juga bidang industri kreatif dibidang konveksi, seperti pembuatan pakaian, tas, dan lainnya. Industri kreatif konveksi di kota tasikmalaya sendiri sangat mudah dijumpai karena hampir setiap tempat di kota tasikmalaya terdapat sebuah konveksi. Di dalam penelitian ini konveksi yang dipilih merupakan konveksi mukena dan konveksi pakaian yang berada di saguling dan cimerak.

Kemudian industri kreatif lainnya yaitu industri bordir. Industri bordir merupakan sebuah teknik menjahit benang sehingga hasil akhir jahitannya akan terlihat lebih timbul dibandingkan jahitan pada umumnya. Industri ini banyak ditemui di sektor garment dan konveksi salah satunya yaitu di daerah kawalu.

Dari tiga sektor tersebut tidak sedikit yang mengalami beberapa permasalahan yaitu dalam segi penjualan produk, karena industri kreatif di kota tasikmalaya sudah sangat banyak namun mereka hanya terus memproduksi tanpa tau bagaimana cara menjual produk dalam jangka pasar yang lebih luas. Masih banyak sektor industri yang menjual produk hanya kepada pelanggan dengan jarak yang dekat atau sekitar tempat usaha (Setiawan & Prastiwi, 2022)

Jenis industri kreatif yang menjadi ciri khas kota Tasikmalaya sendiri adalah payung geulis dan kelom geulis, namun ciri khas kota tasikmalaya tersebut tidak terlalu eksis di kalangan masyarakat indonesia dikarenakan payung geulis dan kelom geulis hanya memproduksi ketika terdapat pesanan sedangkan sejauh ini menurut dinas UMKM pemesanan terhadap payung dan kelom geulis sebagian besar dilakukan oleh warga kota tasikmalaya dikarenakan sebagai kebutuhan dekorasi baik di acara tradisional maupun acara modern.

Ekonomi digital di Kota Tasikmalaya

Di daerah Tasikmalaya ekonomi digital masuk dengan membawa perspektif yang cukup menarik. Bahkan, menurut salah satu anggota penyuluhan Perindag dinas UMKM daerah Tasikmalaya, mengatakan bahwa kehadiran ekonomi digital di daerah Tasikmalaya, memberikan dampak di dua sisi yang berbeda. Munculnya *platform* sebagai salah satu tanda kehadiran ekonomi digital, mampu digunakan sebagai wadah serta media para pelaku bisnis untuk memasarkan bisnisnya. Namun, disisi lain pelaku usaha merasakan adanya ketimpangan, mereka merasa kesulitan untuk mengimbangi pelaku usaha lain yang sudah memulai terlebih dahulu dan sudah paham cara yang sudah seharusnya digunakan.

Di kota Tasikmalaya sendiri, hampir seluruh pelaku bisnis, khususnya dibidang industri kreatif sudah menerapkan ekonomi digital. Menurut anggota dinas UMKM daerah Tasikmalaya, Irni kania dewi pada tahun 2022 mengatakan bahwa pelaku industri kreatif di daerah Tasikmalaya sudah sadar akan kehadiran ekonomi digital dan sekitar 80% diantaranya sudah mampu menerapkan ekonomi digital, namun 20% lainnya masih kesulitan dalam menerapkannya ke dalam bisnis atau usaha yang mereka jalankan. Di kawasan Tasikmalaya, para pelaku industri kreatif mulai mengimplementasikan ekonomi digital dengan membuat portofolio produk mereka di sosial media hingga akhirnya mulai berjualan *marketplace*. *Platform* yang banyak digunakan adalah Shopee, Facebook, Tik tok shop, Instagram, hingga Whatsapp. Dengan adanya hal tersebut diharapkan omzet mereka bisa naik, sehingga mampu meningkatkan sumber pemasukan mereka.

Perkembangan ekonomi digital memberikan pengaruh yang positif terhadap perkembangan industri kreatif di Kota Tasikmalaya. Dengan adanya ekonomi digital dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku industri untuk melakukan penjualan dan pemasaran secara digital. Menurut Zafrullah, et al.,(2018), mengemukakan bahwa peranan teknologi digital dapat memberikan peluang besar bagi peningkatan pendapatan UMKM karena dari proses menyediakan barang dan jasa dilakukan secara nyaman, praktis, cepat, dan efisien.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pelaku industri makanan olahan di Tasikmalaya yang berinisial RA, menyebutkan bahwa dengan adanya ekonomi digital memberikan pengaruh terhadap kemajuan dan perkembangan bisnis yang dijalankan. Hal ini sejalan dengan salah satu pelaku industri konveksi di Tasikmalaya yang berinisial AA yang menyebutkan bahwa dengan menerapkan ekonomi digital dalam usahanya dapat membantu meningkatkan omzet penjualan, terutama penerapan di bidang e-commerce. Selain dari pelaku industri makanan olahan dan konveksi, menurut pelaku industri bordir yang berinisial FMR juga mengemukakan bahwa dengan penerapan ekonomi digital di bagian *e-commerce* dan *digital marketing* dapat membantu pengembangan bisnis dan peningkatan pendapatan. Sebanding dengan pernyataan dari anggota penyuluhan Perindag dinas UMKM daerah Tasikmalaya, yang mengatakan bahwa para pelaku industri kreatif yang sudah menerapkan ekonomi digital pada bisnis atau usahanya memiliki pengaruh yang besar terhadap peningkatan

penjualan dan perkembangan bisnisnya. Hal tersebut dikarenakan para pelaku industri dapat mengikuti perkembangan zaman dan perkembangan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadani & Syariati (2021) mengemukakan bahwa dengan adanya perkembangan ekonomi digital dapat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan para pelaku UMKM.

Dalam perindustrian tentunya terdapat beberapa kendala yang dialami oleh para pelaku industri. Menurut anggota dinas UMKM daerah Tasikmalaya, Irni Kania Dewi dalam wawancaranya mengemukakan bahwa ada beberapa kendala yang dialami oleh para pelaku industri kreatif di Tasikmalaya diantaranya kurang modal, kurangnya pemahaman mengenai *e-commerce* atau *marketplace*, kurangnya SDM yang paham teknologi digital terutama para pelaku usaha yang sudah berusia lanjut, serta akses internet yang belum merata.

Berdasarkan wawancara terhadap pelaku industri konveksi yang berinisial NFK mengemukakan bahwa kesulitan yang saat ini dialami pada penerapan ekonomi digital adalah kurangnya SDM yang mengerti dan paham mengenai *marketplace*, transaksi *online*, dan pemasaran digital. Sejalan dengan pemaparan dari pelaku industri bordir yang berinisial DHN yang mengemukakan bahwa dalam penerapan ekonomi digital ini tentu masih terdapat kendala, seperti kendala yang saat ini dialami oleh beberapa industri bordir adalah terkait modal, SDM, dan pemasaran. Hal ini dikarenakan penjualan bordir hanya akan meningkat pada saat atau waktu-waktu tertentu saja dan juga usaha bordir ini tentunya membutuhkan modal yang tidak sedikit terutama untuk modal kain dan alat bordirnya. Selain itu, pemasaran juga baru baru ini dilakukan secara digital dengan cara memasang iklan di beberapa *marketplace*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Industri kreatif merupakan perpaduan antara kreativitas, kemampuan, dan talenta yang menghasilkan sesuatu yang memiliki makna dan juga bernilai, perkembangan Industri kreatif yang terus mengalami peningkatan membuat pengaruh yang signifikan bagi perekonomian, seiring dengan berkembang zaman peran teknologi juga berpengaruh terhadap keberlangsungan dan perkembangan industri kreatif, ekonomi digital merupakan salah satu perkembangan teknologi yang memiliki pengaruh bagi industri kreatif, dengan adanya ekonomi digital membuat para penggiat industri kreatif memiliki cakupan yang lebih luas untuk memasarkan produknya kepada khalayak umum, selain itu dengan ekonomi digital masyarakat luas juga dapat mengetahui tentang keanekaragaman produk yang dihasilkan oleh penggiat industri kreatif dan tentunya hal ini juga dapat membuat citra daerah menjadi semakin dikenal, di balik sisi kemudahan dengan adanya ekonomi digital ternyata terdapat juga sebagian orang yang merasa kesulitan beradaptasi dengan ekonomi digital khususnya bagi mereka yang sudah berumur, mereka sulit untuk mengoperasikan berbagai macam alat yang berbau teknologi untuk menunjang berbagai kegiatan yang mereka lakukan.

Saran

Dengan adanya artikel perkembangan industri kreatif di kota tasikmalaya pada era digital ini diharapkan dapat memberi pengetahuan baru tentang perkembangan sektor industri kreatif bahwa penggunaan teknologi digital sangat diperlukan bagi penjualan maupun pemasaran. dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan secara empiris melalui metode lain agar nantinya ditemukan informasi yang lebih signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121-138.
- Darusman, Y. (2016). Kearifan Lokal Kerajinan Bordir Tasikmalaya Sebagai Ekonomi Kreatif Terbuka Untuk Modern (Studi di Kota Tasikmalaya Jawa Barat). *Journal of Nonformal Education*, 2(2).
- Departemen Perdagangan RI. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025.
- Haryadi, Dedi. (2019). Bekraf di Daerah Akan Dorong Peningkatan Industri Kreatif.[Online] tersedia di: <https://www.ayotasik.com/explore-tasik/pr-33847425/Bekraf-di-Daerah-Akan-Dorong-Peningkatan-Industri-Kreatif>. [Diakses Pada tanggal 2 November 2022]
- (Haryadi, 2019) Herlambang, Y. (2015). Peran Kreativitas Generasi Muda Dalam Industri Kreatif Terhadap Kemajuan Bangsa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (Tematik)*, 2(1), 61-71.
- Kamil, A. (2015). Industri kreatif Indonesia: Pendekatan analisis kinerja industri. *Media Trend*, 10(2), 207-225.
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Maesaroh, S. S. Peran Gender dalam Negosiasi Karir: Pendekatan Teori Ekuitas. *Indonesian Journal of Digital Business*, 2(1), 1-8.
- Rahmi, A. N. (2018, September). Perkembangan industri ekonomi kreatif dan pengaruhnya terhadap perekonomian di indonesia. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 2, No. 1, pp. 1386-1395).
- Ramadani, D. F., & Syariati, A. (2021). Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar. *ICOR: Journal of Regional Economics*, 1(1). Retrieved from <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/icor/article/view/19558>
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., & Mistriani, N. & Sudarmanto, E.(2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

- Setiawan, I. N. A. M., & Prastiwi, N. L. P. E. Y. (2022). PENGEMBANGAN KOMPETENSI PENGRAJIN KAIN TENUN (JEGEG ENDEK). *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(1 (Setiawan & Prastiwi, 2022)).
- Sopanah, S. E., Bahri, S., Ghozali, M., & SH, M. (2020). Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Suprayogi, A., & Suryana, H. P. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI C59 BANDUNG (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Tayibnapi, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2018). The development of digital economy in Indonesia. *IJMBS International Journal of Management and Business Studies*, 8(3), 14-18.