

---

## MODEL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN UKM INDUSTRI KREATIF UNGGULAN BERBASIS POTENSI LOKAL DI KOTA JAMBI

Faradilla Herlin<sup>1</sup>  
STIE Muhammadiyah Jambi<sup>1</sup>  
[faradilla\\_herlin@yahoo.com](mailto:faradilla_herlin@yahoo.com)  
Hasan Basri<sup>2</sup>  
STIE Muhammadiyah Jambi<sup>2</sup>  
[hasan@yahoo.com](mailto:hasan@yahoo.com)

### Abstract

*Studies and studies are needed to map and identify business units of superior creative industry SMEs to be developed in the city of Jambi. The problem in research is which creative industry-based SMEs have the potential to be developed and how can the development model of creative industry SMEs be based on local potential and finally how is the formulation of policy strategies in the development of superior creative industries based on local potential in Jambi City. On the basis of the results of the analysis that has been carried out, it can be concluded that the following are the first, local potential creative industries based on SMEs that have the advantage to be developed in Jambi City are handicraft industries, design industries, fashion industries, film, video and photography industries, game industries interactive, publishing and printing industries, and the television and radio industries. Second, the development model of creative industry-based SMEs based on local potential must pay attention to efforts to increase the creativity of the workforce both through formal education, training and through wage levels, which will have a positive impact on the development of creative industry MSMEs. Likewise, efforts to increase investment, manager's ability and increase production creativity.*

*Keyword :Small Medium Entrepreneurs, Creative Industry*

### PENDAHALUAN

Pengembangan UKM industri kreatif di Kota Jambi merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi untuk mendukung mewujudkan visi Kota Jambi. Di dalamnya terdapat pemikiran-pemikiran, cita-cita, imajinasi dan mimpi untuk menjadikan masyarakat Kota Jambi dengan kualitas hidup yang lebih baik, lebih berkeadilan dan lebih sejahtera, dalam kondisi masyarakat yang lebih kreatif. Pemerintah Kota Jambi sudah seharusnya melihat bahwa berbagai subsektor dalam ekonomi, termasuk didalamnya UKM industri kreatif, berpotensi untuk ditumbuh kembangkan, karena Kota Jambi memiliki sumberdaya manusia yang kreatif dengan dukungan warisan keragaman budaya.

Sebagai langkah nyata dan komitmen dari semua stakeholder untuk mengembangkan industri kreatif, maka perlu dilakukan kajian dan telaah untuk memetakan dan mengidentifikasi unit bisnis UKM industri kreatif yang unggul untuk ditumbuh kembangkan di Kota Jambi. Berikutnya akan dirumuskan model pengembangan UKM industri kreatif berbasis

potensi lokal di Kota Jambi. Dan terakhir, akan dapat dirumuskan strategi kebijakan dalam rangka pengembangan UKM industri kreatif berbasis potensi lokal di Kota Jambi.

Atas dasar pemahaman tersebut diatas maka dirasa perlu untuk melakukan penelitian secara mendalam berkenaan dengan model dan strategi pengembangan UKM industri kreatif unggulan berbasis potensi lokal di Kota Jambi. Dengan kegiatan penelitian yang dimaksud maka secara praktis akan tersedia model dan strategi pengembangan UKM industri kreatif unggulan berbasis potensi lokal.

Berdasarkan paparan latar belakang maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) UKM industri kreatif berbasis potensi lokal manakah yang memiliki keunggulan untuk ditumbuh kembangkan di Kota Jambi (2) Bagaimanakah model pengembangan UKM industri kreatif berbasis potensi lokal di Kota Jambi (3) Bagaimanakah rumusan strategi kebijakan dalam rangka pengembangan UKM industri kreatif unggulan berbasis potensi lokal di Kota Jambi.

## METODE PENELITIAN

### 1. Metode Sampling

Metode penelitian yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah analisis data sekunder dan dilengkapi pula dengan metode observasi. Dalam penelitian ini, guna memperoleh data dari unit bisnis UMKM industri kreatif, maka digunakan Metode penarikan sampel yaitu Metode Cluster Random Samplig. Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan di tingkatan Kota Jambi.

### 2. Model Analisis Data

#### A.1 Model Analisis Pertama

Untuk menjawab tujuan penelitian pertama yaitu untuk mengidentifikasi unit bisnis UMKM industri kreatif yang unggul untuk ditumbuh kembangkan, maka akan digunakan model kuantitatif dengan teknik skoring. Deskripsi model tersebut adalah:

**Tabel 1. Indikator Pengembangan UMKM Industri Kreatif Unggulan Berbasis Potensi Lokal**

Indikator	Tingkat Perkembangan UMKM Industri Kreatif		
	Tingkat Survival Usaha Skor 3	Tingkat Konsolidasi Usaha Skor 6	Tingkat Akumulasi Usaha Skor 9
1. Pertumbuhan Penyerapan Tenaga kerja	<ul style="list-style-type: none"><li>• &lt; 5 orang</li><li>• Tdk punya upah reguler dan unpaid family labour</li><li>• Kerja serabutan dan tidak ada spesialisasi kerja</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 5 - 9 orang</li><li>• Mempunyai upah reguler namun unpaid family labour</li><li>• Pembagian kerja tidak teralu jelas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 20 orang</li><li>• Mempunyai upah reguler</li><li>• Mempunyai pola pembagian kerja lebih jelas</li></ul>
2. Modal Kerja	<ul style="list-style-type: none"><li>• Belum mempunyai hubungan dengan pihak perbankan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Baru belajar berhubung dng pihak perbankan sebatas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mulai berhubung dng bank dalam upaya pengembangan</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pemilik usaha tidak dapat memisahkan secara tegas modal usaha dan konsumsi RT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>sebagai pena bung</li> <li>Pemilik usaha baru belajar melakukan pemisahan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>usaha</li> <li>Pemilik usaha mampu melakukan akumulasi modal dan investasi</li> </ul>
3.Pemasaran Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kontinuitas produksi tergantung pesa nan dan bersifat musiman</li> <li>Tidak mempunyai strategi pemasaran, hanya bergantung pada pesanan</li> <li>Orientasi pasar hanya pd 1 negara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kontinuitas produksi ber fluktuasi</li> <li>strategi pemasaran masih coba-coba</li> <li>Orientasi pasar 2-3 negara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kontunuitas produksi relatif stabil</li> <li>Telah mempunyai stra tegi dan saluran pemasa ran tersendiri</li> <li>Orientasi pasar lebih 3 negara</li> </ul>
4.Penggunaan Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teknik produksi manual dan tradisional</li> <li>Relatif telah mendapatkan perhatian dari beberapa litbang teknologi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teknologi semi modern</li> <li>Kontak dengan lembaga pendukung teknologi sangat terbatas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relatif intensif meng gunakan teknologi</li> <li>Kontak dengan lembaga pendukung teknologi mulai terbuka</li> </ul>
5.Kewirausahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak mempunyai rencana produksi</li> <li>Tidak terlalu memper hitung kan risiko usaha</li> <li>Kreativitas dan inovasi tidak terlihat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mulai belajar mem buat sistem peren canaan produksi</li> <li>Mulai mempertim bangkan risiko usaha</li> <li>Mempunyai bibit kreativi tas dan inovasi tapi ter batas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Telah punya sistem perencanaan produksi</li> <li>Memperhitungkan risiko usaha</li> <li>Mempunyai bibit krea tivitas dan inovasi yang cukup tinggi</li> </ul>
Total Skor	39	78	117

Sumber : Juni Thamrin

## A.2 Model Analisis Kedua

Untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua yaitu merancang bangun model pengembangan UMKM industry kreatif berbasis potensi local, akan digunakan model analisis regresi berganda. Adapun formulasi dijabarkan berikut ini

$$UMKM = a_0 + a_1KTK + a_2INV + a_3KMJ + a_4KPR + a_5DP + a_6FAK + a_7KBK + a_8KMU + u_2$$

$$KTK = b_0 + b_1PFM + b_2PKJ + b_3LAT + b_4UPH + u_3$$

dimana :

UMKM	:	Pengembangan UMKM industri kreatif
Industri Kreatif		
KTK	:	Kreativitas Tenaga Kerja
INV	:	Investasi yang dilakukan UMKM Industri kreatif
KMJ	:	Kemampuan manajerial
KPR	:	Kreatifitas produksi yang digunakan
DP	:	Dukungan pemerintah
FAK	:	Frekuensi Ajang Kegiatan
KBK	:	<i>Kredit dari perbankan</i>
KMU	:	Kemitraan usaha
PFM	:	Pendidikan formal
PKJ	:	<i>Pengalaman kerja</i>
LAT	:	Pelatihan
UPH	:	Upah tenaga kerja
$u_2, u_3, u_4$	:	error term
$a, b, c$	:	koefisien regresi

---

### A.3 Model Analisis Ketiga

Untuk menjawab tujuan penelitian ketiga yaitu merumuskan strategi kebijakan dalam rangka pengembangan UMKM industri kreatif berbasis potensi lokal di Kota Jambi, maka akan digunakan model analisis SWOT Kuantitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Identifikasi UMKM Industri Kreatif Unggulan

Saat ini ada empat belas cabang industri kreatif yang tumbuh berkembang di Indonesia, beserta dengan sub cabangnya. Perlu dipahami bersama disini bahwa turunan atau sub cabang dari industri kreatif yang ada pada dasarnya sangat variatif sekali. Untuk Kota Jambi, hasil identifikasi dilakukan berdasarkan hasil survei.

1. Industri Kerajinan
2. Industri Desain
3. Industri Fesyen
4. Industri Film, Video, & Fotografi
5. Industri Permainan Interaktif
6. Industri Penerbitan Dan Percetakan
7. Industri Televisi Dan Radio

### 2. Model Pengembangan UMKM Industri Kreatif

Analisis faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM industri kreatif pada bagian berikut ini menggunakan nilai taksiran variabel kreativitas tenaga kerja (KTK). Hasil analisis secara *over all test* menunjukkan bahwa variabel-variabel yang ada secara statistik menunjukkan pengaruh yang berarti terhadap pengembangan UMKM industri kreatif. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung = 27,698 dan  $\rho = 0,0001$ . Dimana, setiap variasi perubahan variabel pengembangan UMKM industri kreatif sebagai variabel dependent mampu dijelaskan oleh variasi perubahan variabel-variabel dari faktor yang mempengaruhi sebagai variabel independent sebesar 68,5%. Hal ini terindikasi dari nilai adjusted  $R^2 = 0,685$ .

Pengidentifikasi lebih lanjut pengaruh masing-masing variabel terhadap pengembangan UMKM industri kreatif dilakukan melalui pengujian secara *partial test*. Analisis faktor berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kreativitas tenaga kerja ( $t_{hitung} = 1,703$   $\rho = 0,096$ ), tingkat investasi ( $t_{hitung} = 1,714$   $\rho = 0,094$ ), kemampuan manajer ( $t_{hitung} = 1,936$   $\rho = 0,060$ ), dan kreativitas produksi ( $t_{hitung} = 3,241$   $\rho = 0,002$ ) menunjukkan pengaruh nyata pada  $\alpha = 0,01$ . Ini berarti, upaya peningkatan kreativitas tenaga kerja baik melalui

pendidikan formal, pelatihan maupun melalui tingkat upah akan berdampak positif bagi pengembangan UMKM industri kreatif. Demikian juga halnya dengan upaya peningkatan investasi, kemampuan manajer dan peningkatan kreativitas produksi.

**Tabel 2. Hasil Pendugaan Persamaan Faktor Pengembangan UMKM Industri Kreatif**

Variabel	Parameter Estimasi	Standard Error	T for HO: Parameter = 0	Prob > T
Intercep	62.341	6.518	9.564	0.000
Kreativitas TK (KTK)	1.753E-02	0.010	1.703	0.096
Investasi (INV)	1.792E-11	0.000	1.714	0.094
Kemampuan Manajerial (KMJ)	0.580	0.299	1.936	0.060
Kreativitas Produksi (KPR)	4.250	1.312	3.241	0.002
Durbin Watson = 1.826      Adjusted R-Square = 0.829      F- Value = 27.383 n = 50				

Sumber : Hasil analisis

Hasil pengujian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas tenaga kerja secara *over all test* menunjukkan bahwa pendidikan formal, pengalaman kerja, pelatihan dan tingkat upah tenaga kerja menunjukkan pengaruh yang berarti ( $F_{hitung} = 27.698$  dan  $\rho = 0,0001$ ). Dimana, setiap variasi perubahan kreativitas tenaga kerja sebagai variabel dependent mampu dijelaskan oleh variasi perubahan variabel-variabel independent sebesar 84,3%. Hal ini terindikasi dari nilai adjusted  $R^2 = 0,843$ .

Secara *partial test* menunjukkan bahwa variabel pendidikan formal tenaga kerja ( $t_{hitung} = 1,951$   $\rho = 0,057$ ), pengalaman kerja ( $t_{hitung} = 3.068$   $\rho = 0,004$ ), pelatihan ( $t_{hitung} = 1,687$   $\rho = 0,098$ ) dan tingkat upah ( $t_{hitung} = 1,781$   $\rho = 0,082$ ) menunjukkan pengaruh yang nyata terhadap peningkatan produktivitas tenaga kerja. Hal ini memberi arti bahwa semakin lama tenaga kerja bekerja pada bidang pekerjaannya, seringnya pelatihan yang diikuti tenaga kerja sesuai bidang pekerjaannya dan semakin tinggi upah yang diterima tenaga kerja maka akan semakin tinggi kreativitas tenaga kerja pada UMKM industri kreatif. Sedangkan untuk variabel pendidikan formal yang diperlukan UMKM industri kreatif di Kota Jambi sebenarnya adalah jenjang pendidikan kejuruan seperti Politeknik industri atau SMK Industri.

**Tabel 3. Hasil Pendugaan Persamaan Kreativitas Tenaga Kerja  
UMKM industri kreatif**

Variabel	Parameter Estimasi	Standard Error	t for H <sub>0</sub> : Parameter = 0	Prob > t
Constant	-389.598	86.899	-4.483	0.0001
Pendidikan Formal (PFM)	13.405	6.869	1.951	0.057
Pengalaman Kerja (PKJ)	8.279	2.698	3.068	0.004
Pelatihan (LAT)	3.102	1.838	1.687	0.098
Tingkat Upah (UPH)	0.000026	0.000	1.781	0.082
DW = 1,237    Adjusted R-Square = 0.685    F-Value = 27.698    ρ = 0,0001    n = 50				

Sumber : Hasil analisis

### 1. Strategi Kebijakan Pengembangan UMKM Industri Kreatif Unggulan

Beranjak dari model pengembangan UMKM Industri Kreatif yang telah dikembangkan di atas maka berikut disampaikan strategi kebijakan pengembangan yang dapat dilakukan oleh pemerintah Kota Jambi untuk beberapa UMKM industri kreatif yang terpilih.

#### 3.1. Strategi Pengembangan Industri Kerajinan

Ada tiga arah utama untuk mencapai sasaran pengembangan subsektor industri kerajinan yaitu:

1. Stabilisasi dan ekspansi pasar, dengan tujuan *unfreezing the value* dari pekerja kreatif kerajinan, sehingga lebih mudah dibangun menjadi pondasi yang kokoh.
2. Penguatan struktur industri, baik industri hulu, rantai produksi dan distribusi
3. Inovasi rantai kreasi bermuatan lokal

#### 3.2 Strategi Pengembangan Subsektor Industri Desain

Sasaran dari industri desain adalah Desain yang unggul dan mampu meningkatkan produktivitas dan kinerja bisnis. Keterkaitan Kreatifitas, Desain, R&D serta Inovasi Apabila sasaran tercapai maka akan tercipta kinerja bisnis yang berkelanjutan:

1. Daya saing, kualitas dan produktivitas yang maksimal
2. Peningkatan pendapatan (*financial reward*)
3. Mampu bersaing melalui inovasi sehingga tidak terjebak dalam ancaman produk murah dari negara lain (*China phenomena*)

4. Adanya produk-produk, layanan-layanan yang baik dan lingkungan yang senantiasa penuh dengan ide-ide baru

### 3.3. Strategi Pengembangan Subsektor Industri Fesyen

Ada tiga arah utama untuk mencapai sasaran pengembangan subsektor industri fesyen yaitu:

1. Peningkatan kapasitas industri fesyen non *mass production*, khususnya
2. Penguatan riset budaya & warisan budaya, riset produksi & bahan baku
3. Intensifikasi promosi di luar negeri dan fashion show di dalam negeri

### 5.3.4 Strategi Pengembangan Subsektor Industri Film, Video, & Fotografi

1. Peningkatan *industry attractiveness* bagi insan film, investor produksi dan distribusi
2. Penguatan inovasi kreasi film, menuju pasar luar negeri

### 3.4 Strategi Pengembangan Sub sektor Industri Permainan Interaktif

1. Pengakuan eksistensi dan peningkatan daya tarik industri
2. Penguatan kapasitas SDM dan infrastruktur permainan interaktif
3. Penguatan daya saing di pasar internasional

### 3.5 Startegis Pengembangan Subsektor Industri Penerbitan Dan Percetakan

1. Pembangunan iklim yang kondusif bagi lahir dan tumbuhnya tenaga kreatif baru, seperti penulis, wartawan, perancang maupun ilustrator yang menguatkan industri
2. Pemanfaatan media internet dan model bisnis lainnya sebagai respons terhadap perubahan dengan semakin terbatasnya kertas sebagai bahan baku dan berkembangnya internet
3. Penumbuhan budaya menulis dan membaca untuk mencerdaskan bangsa
4. Pemudahan akses kepada lembaga finansial untuk mendukung dalam bisnis yang berkarakter *high cost, high risk* pada industri penerbitan dan percetakan
5. Perlindungan hak atas kekayaan intelektual yang mendorong tumbuhnya kreativitas
6. Pemanfaatan keunikan budaya, seni dan potensi wisata Indonesia untuk dipromosikan di dunia internasional, sekaligus sebagai sumber USP (*unique selling proposition*) yang potensial

### 3.6 Strategis Pengembangan Subsektor Industri Televisi Dan Radio

Tiga skema pengembangan di atas menjadi arah utama untuk mencapai sasaran pengembangan subsektor industri Televisi dan Radio:

1. Penyiapan tatanan regulasi yang sesuai untuk sistem stasiun berjaringan
2. Peningkatan kapasitas SDM dan infrastruktur televisi dan radio local

- 
3. Penciptaan industri televisi dan radio lokal dan nasional yang mandiri, memiliki daya tarik dan nilai ekonomi

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1 Kesimpulan**

Atas dasar hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. UKM industri kreatif berbasis potensi lokal yang memiliki keunggulan untuk ditumbuh kembangkan di Kota Jambi adalah industry kerajinan, industri desain, industry fesyen, industri film, video dan fotografi, industri permainan interaktif, industri penerbitan dan percetakan, serta industri televise dan radio.
2. Model pengembangan UKM industri kreatif berbasis potensi lokal harus memeperhatikan upaya peningkatan kreativitas tenaga kerja baik melalui pendidikan formal, pelatihan maupun melalui tingkat upah akan berdampak positif bagi pengembangan UMKM industri kreatif. Demikian juga halnya dengan upaya peningkatan investasi, kemampuan manajer dan peningkatan kreativitas produksi.
3. Strategi kebijakan dalam rangka pengembangan UKM industri kreatif unggulan berbasis potensi lokal di Kota Jambi harus dilakukan secara komprehensi, dan spesifik berdasarkan karakteristik UMKM Industri kreatif masing masing.

### **2 Saran**

Beranjak dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dirumuskan maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dapat kita pahami bahwa ruang lingkup ekonomi kreatif, khususnya industri kreatif sangat luas sekali. Berkenaan dengan hal tersebut maka diharapkan kepada pemerintah Kota Jambi untuk dapat secara jeli dan spesifik malakukan pembinaan. Bila ini berhasil dilakukan maka secara langsung akan mampu menggerakkan ekonomi masyarakat Kota Jambi.
2. Pada sisi lain, pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Jambi merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi untuk mendukung mewujudkan visi Kota Jambi. Di dalamnya terdapat pemikiran-pemikiran, cita-cita, imajinasi dan mimpi untuk menjadikan masyarakat Kota Jambi dengan kualitas hidup yang lebih baik, lebih berkeadilan dan lebih sejahtera, dalam kondisi masyarakat yang lebih kreatif.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Neny, Indriana. 2010. Identifikasi Potensi dan Pengembangan Klaster Industri Kreatif di Kabupaten Rembang. *Jurnal Penelitian Pendidikan Lembaga Penelitian Unnes Vol 18 No 1 tahun 2010*.
- Yasri. 2009. *Strategi dan Agenda Pengembangan Usaha Kecil Kreatif*. Bandung : Penerbit Akatiga.
- Rosyadi, Imron. 2015. Kinerja pengelola UMKM Industri Kreatif. Universitas Airlangga, Surabaya ,2015.
- Sumarno. 2010. “*Etos Kerja Wanita UMKM Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga*”. Studi kaus pada Kerajinan Bambu, Yogyakarta : Kopertis V.
- Prasetyo, 2010. Analisis Pendapatan Industri Kreatif. *Tesis*, S2, STIE Kerjasama, Yogyakarta.
- Waskito, 2010. Pengembangan Industri Kraetif Sebagai Usaha Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat”, *Tesis*, S2, Pasca Sarjana, UGM, Yogyakarta.
- Surya, 2012, Perilaku Industri Kreatif dalam Meningkatkan Kinerja Pasar, *Laporan Penelitian Dasar*, DP2M, Dirjen Dikti, Jakarta.
- Wiwin, 2014, Peningkatan Produksi Kerajinan Sebagai Upaya Mendukung Program Pengentasan Kemiskinan di Kabupaten Bantul Yogyakarta, *Laporan Penelitian Dosen Muda*, DP2M, Dirjen Dikti, Jakarta.
- Syamsudin. 2011. Studi Kemitraan UKM di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Vol 15 No.1 Tahun 2011 hal 1-20*.
- Rahmad, Abdul. 2009. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.