



PEMERINTAH KABUPATEN BANJARNEGARA

LAPORAN AKHIR

PENYUSUNAN NASKAH AKADEMIK RANPERDA PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN BANJARNEGARA



Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan
Kabupaten Banjarnegara
Tahun Anggaran 2024

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
A. Latar Belakang	I-1
B. Identifikasi Masalah	I-3
C. Tujuan dan Kegunaan	I-4
D. Dasar Hukum.....	I-5
E. Metode Penyusunan	I-6
F. Sistematika Penulisan	I-9
BAB II KAJIAN TEORETIS DAN PRAKTIK EMPIRIS.....	II-1
A. Kajian Teoretis.....	II-1
B. Kajian Terhadap Asas/Prinsip yang Terkait dengan Penyusunan Norma	II-18
C. Kajian Terhadap Praktik Penyelenggaraan, Kondisi yang Ada, serta Permasalahan yang Dihadapi Masyarakat.....	II-26
D. Kajian Terhadap Implikasi Penerapan Sistem Baru yang Akan Diatur dalam Peraturan Daerah Terhadap Aspek Kehidupan Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Aspek Beban Keuangan Daerah	II-57
BAB III EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG- UNDANGAN	
TERKAIT	III-1
A. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945	III-1
B. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	III-1
C. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.....	III-8
D. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah	III-10

E. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta....	III-11
F. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten	III-12
G. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Budaya	III-14
H. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif	III-15
I. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.....	III-17
J. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif	III-19
K. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018 – 2025.....	III-19
BAB IV LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS	IV-1
A. Landasan Filosofis	IV-1
B. Landasan Sosiologis	IV-2
C. Landasan Yuridis	IV-3
BAB V JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN PERATURAN DAERAH.....	V-1
BAB VI PENUTUP.....	VI-1
A. Kesimpulan	VI-1
B. Saran	VI-1

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peningkatan kapasitas ekonomi dilihat dari pertumbuhan ekonomi sebagai indikator penting dari kesejahteraan ekonomi suatu wilayah. Semakin tinggi barang dan jasa yang dihasilkan akan berdampak pada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) yang menjadi indikator keberhasilan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. Banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan ekonomi wilayah, antara lain kondisi sumber daya alam, kapasitas infrastruktur, kapasitas SDM, kebijakan atau regulasi, tingkat investasi, aksesibilitas pasar, dan stabilitas politik serta keamanan.

Optimalisasi sumber daya daerah dalam mendukung peningkatan ekonomi antara lain dengan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Ekonomi Kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, maupun teknologi. Peningkatan peran ekonomi kreatif diyakini akan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja, serta mengangkat identitas dan budaya lokal dengan memanfaatkan berbagai potensi lokal. Selain itu, menumbuhkan ekosistem ekonomi kreatif diharapkan akan menghasilkan diversifikasi ekonomi di daerah karena akan mengurangi ketergantungan pada sektor tertentu, terutama pada sektor pertanian tradisional.

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia mulai mendapatkan perhatian yang lebih besar hingga saat ini. Istilah ekonomi kreatif sebelumnya telah populer di beberapa negara maju, seperti Amerika dan negara-negara eropa yang dianggap memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing, sehingga banyak dikembangkan industri berbasis kreativitas dan inovasi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Tumbuhnya berbagai industri kreatif dengan

mengoptimalkan sumberdaya lokal dianggap mampu menciptakan lebih banyak lapangan kerja, terutama bagi tenaga kerja muda, sehingga berkontribusi pada penurunan tingkat pengangguran.

Kebijakan pengembangan ekonomi kreatif dijadikan sebagai peluang alternatif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Untuk mendukung pengembangan ekosistem ekonomi kreatif Pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025. Penetapan rencana induk ini merupakan pondasi penting dalam rangka meningkatkan kontribusi usaha Ekonomi Kreatif dalam perekonomian nasional. Rencana induk dijadikan sebagai kerangka strategis pengembangan Ekonomi Kreatif nasional dalam jangka panjang yang menjadi pedoman bagi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah secara terintegrasi dan kolaboratif. Untuk itu perlu didukung dengan kreativitas sumber daya manusia dan inovasi dalam penumbuhan usaha kreatif, sehingga dapat tercipta iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan usaha ekonomi kreatif.

Pada tahun 2019 kebijakan pengembangan ekosistem semakin kuat dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Undang-undang ini memberikan dasar kepastian hukum kepada Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dalam menciptakan dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif. Sebagai landasan dalam penumbuhan ekonomi kreatif, diharapkan regulasi ini akan mendorong seluruh aspek ekonomi kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat, dan perubahan lingkungan perekonomian global. Dampak tumbuhnya ekosistem kreatif ke depan akan mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional dan meningkatkan daya saing guna tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan.

Kabupaten Banjarnegara sebagai wilayah dengan potensi sumber daya yang besar memiliki kepentingan dalam menggali dan mengembangkan produk-produk kreatif melalui pemanfaatan potensi

lokal. Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara diharapkan akan dapat mampu mengangkat potensi dan budaya lokal untuk melahirkan daya cipta produk yang unik. Berkembangnya produk-produk lokal yang dipadukan dengan seni budaya setempat, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, musik tradisional, atau festival lokal tidak hanya memperkuat identitas budaya, tetapi juga menarik wisatawan dan pelaku bisnis untuk berkunjung dan berinvestasi.

Sebagai dukungan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara, perlu disusun regulasi daerah yang mengatur pengembangan ekonomi kreatif dalam bentuk Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara. Dengan adanya peraturan daerah ini diharapkan dapat menumbuhkan usaha-usaha di bidang ekonomi kreatif, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan mendasar berkaitan dengan substansi penyusunan rancangan peraturan daerah mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara, sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi Kabupaten Banjarnegara dan cara-cara mengatasi permasalahan tersebut dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.
- 2) Merumuskan permasalahan hukum yang dihadapi sebagai alasan pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara sebagai dasar hukum penyelesaian atau solusi permasalahan berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif.

- 3) Merumuskan pertimbangan atau landasan filosofis, sosiologis, yuridis pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.
- 4) Merumuskan sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan, dan arah pengaturan dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan

Tujuan penyusunan Naskah Akademik rancangan peraturan daerah mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara sebagai berikut:

- a. Merumuskan permasalahan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara;
- b. Merumuskan kewenangan atau yang menjadi kewajiban Pemerintah Daerah dalam pelaksanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif.
- c. Merumuskan pertimbangan-pertimbangan pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, baik dari aspek filosofis, sosiologis maupun aspek yuridis
- d. merumuskan sasaran, arah jangkauan, ruang lingkup dan arah pengaturan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

2. Kegunaan

Kegunaan penyusunan Naskah Akademik rancangan peraturan daerah mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara sebagai berikut:

- a. menjadi pedoman dalam membentuk Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara secara sistematis, berkepastian

hukum, berkeadilan dan berkemanusiaan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang terbaru.

- b. mewujudkan Rancangan Peraturan Daerah tentang tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara yang dapat dipertanggungjawabkan secara filosofis, sosiologis maupun yuridis.

D. Dasar Hukum

Dasar hukum penyusunan naskah akademik rancangan peraturan daerah mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Propinsi Djawa Tengah;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 109, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4130);
3. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 110, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4131);
4. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93);
5. Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 6856);

6. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 4);
7. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5599);
8. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 6414);
9. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 151, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 6802);
10. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tetang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 272);
11. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 13 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Lembaran Daerah Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 Nomor 12, Tambahan Lembaran Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 58);
12. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Tengah.

E. Metode Penyusunan

1. Pendekatan

Pendekatan yang dipergunakan dalam penyusunan Naskah Akademik, yaitu pendekatan yuridis-normatif, yang melakukan kajian-kajian yuridis terhadap asas-asas atau prinsip-prinsip dasar pembangunan kependudukan, baik yang berasal dari substansi peraturan perundang-undangan dan memuat kearifan lokal

Daerah. Substansi peraturan perundang-undangan menggunakan data sekunder, meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Dalam kajian yuridis akan diperoleh dan diambil asas-asas, prinsip-prinsip, dan norma-norma yang berkaitan dengan Pembangunan Kependudukan, yang kemudian akan dituangkan dalam konsep Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian dalam penyusunan Naskah Akademik bersifat deskriptif-analisis, yang menggambarkan dan melakukan kajian serta analisis terhadap asas-asas, prinsip-prinsip, dan norma yang berkaitan dengan perencanaan pembangunan. Analisis deskriptif tersebut untuk memperoleh suatu dasar dan pedoman yang komprehensif dan sistematis dalam menyusun Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

3. Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penyusunan Naskah Akademik berupa data sekunder, meliputi:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan yang mempunyai kekuatan hukum yang mengikat, seperti Undang-Undang Dasar 1945, dan peraturan perundang-undangan lainnya yang ada kaitannya dengan permasalahan yang dibahas dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang menjelaskan atau menerangkan bahan hukum primer, seperti buku-buku, jurnal, hasil penelitian dan hasil karya dari para pakar yang ada hubungannya dengan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara.
- c. Bahan hukum tersier, yakni kamus.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penyusunan Naskah Akademik berupa *studi kepustakaan* terhadap data sekunder berupa peraturan perundang-undangan dan pustaka lain yang berkaitan dengan perencanaan pembangunan, *focus group discussion* dengan melibatkan legislatif, eksekutif dan pemangku kepentingan lain, serta *studi komparasi* terhadap peraturan daerah kabupaten/kota yang mengatur Pengembangan Ekonomi Kreatif.

5. Analisis Data

Analisis data yang dipergunakan dalam penyusunan Naskah Akademik, yaitu Analisa kualitatif, dengan melalui tahapan-tahapan, yaitu:

- a. Melakukan inventarisasi dan dokumentasi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif.
- b. Melakukan editing terhadap hasil inventarisasi dan dokumentasi peraturan perundang-undangan dan memilah-milah/ mengelompokkan sesuai dengan ruang lingkup pengaturan;
- c. melakukan kajian-kajian substantif yuridis dan norma secara kualitatif, tanpa melakukan penghitungan-penghitungan angka yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif.
- d. Memasukan hasil kajian substantif dan norma dalam pokok-pokok bahasan yang telah ditetapkan.

6. Teknik Penyajian Data

Teknik penyajian data dalam penyusunan Naskah Akademik dengan cara menyajikan hasil kajian secara kualitatif dalam suatu tulisan yang sistematis dan terstruktur berdasarkan teknis penyusunan atau pembentukan peraturan perundang-undangan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011, yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022

tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan. Teknik penyajian data akan berpedoman pada asas pembentukan peraturan perundang-undangan dan asas muatan materi peraturan perundang-undangan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Naskah Akademik “Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara adalah sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan, menguraikan tentang latar belakang pelaksanaan kegiatan penyusunan naskah akademik, identifikasi masalah memuat rumusan mengenai masalah apa yang akan ditemukan dan diuraikan dalam naskah akademik, tujuan dan kegunaan kegiatan penyusunan naskah akademik dan metode penyusunan serta sistematika penulisan.
2. Bab II: Kajian Teoritis dan Empiris Ekonomi Kreatif, menguraikan tentang kajian teoritis, kajian terhadap asas/prinsip yang terkait dengan penyusunan norma, kajian terhadap praktik penyelenggaraan, kondisi yang ada, serta permasalahan yang dihadapi masyarakat, dan kajian terhadap implikasi penerapan sistem baru yang akan diatur dalam undang- undang atau peraturan daerah terhadap aspek kehidupan masyarakat dan dampaknya terhadap aspek beban keuangan negara.
3. Bab III: Analisis dan Evaluasi Perundang-undangan Terkait, menguraikan tentang analisis dan evaluasi terhadap peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-undang, yang terkait dengan ekonomi kreatif sebagai dasar argumen penyusunan Raperda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara.
4. Bab IV: Landasan Filosofis, Sosiologis, dan Yuridis, menguraikan tentang berbagai pertimbangan dari aspek filosofis, sosiologis dan

yuridis yang mendasari pembentukan Raperda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

5. Bab V: Arah Pengaturan, Jangkuan dan Ruang Lingkup, Serta Materi Muatan Raperda Ekonomi Kreatif, menguraikan tentang apa yang akan diatur, serta isi materi dan muatan yang ada dalam Raperda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara.
6. Bab VI: Penutup, menguraikan kesimpulan dan rekomendasi bagi pihak yang berwenang untuk membuat keputusan lebih lanjut terhadap naskah akademik yang disusun.

BAB II

KAJIAN TEORETIS DAN PRAKTIK EMPIRIS

A. Kajian Teoretis

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Istilah ekonomi kreatif pertama dikenalkan pada tahun 2001 oleh John Howkins dalam bukunya yang berjudul “The Creative Economy”. Ekonomi Kreatif merupakan wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Peran besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas. UK DCMS melalui Creative Economic Estimates 2015 membedakan ekonomi kreatif dan industri kreatif. Industri kreatif sebagai bagian tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif (ekonomi kreatif mencakup juga industri kreatif).

Kementerian Perdagangan (2008) memberikan definisi ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.¹

Rochmat Aldy Purnomo (2016) menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi

¹ Kementerian Perdagangan, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015, Jakarta: Kementerian Perdagangan RI, 2008, hal. vii.

dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.²

Studi ekonomi kreatif dilakukan oleh *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) pada tahun 2010, mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai “*An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development*”. Jika dijabarkan lebih lanjut, akan mengandung beberapa makna sebagai berikut:

- a. Mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan pekerjaan, dan pendapatan ekspor, sekaligus mempromosikan kepedulian sosial, keragaman budaya, dan pengembangan manusia.
- b. Menyertakan aspek sosial, budaya, ekonomi dalam pengembangan teknologi, HKI, dan pariwisata.
- c. Kumpulan aktifitas ekonomi berbasis pengetahuan dengan dimensi pengembangan dan keterhubungan lintas sektoral pada level ekonomi mikro dan makro secara keseluruhan.
- d. Suatu pilihan strategi pengembangan yang membutuhkan tindakan lintas Kementerian, dan kebijakan yang inovatif serta multidisiplin.
- e. Pada jantung ekonomi kreatif, terdapat industri kreatif.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan

² Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, Terbitan Mandiri melalui Nulisbuku.com, 2016, hal. 8.

budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Ekonomi kreatif menjadi salah satu isu strategis yang layak mendapatkan pengarusutamaan sebagai pilihan strategi memenangkan persaingan global, ditandai dengan terus dilakukannya inovasi dan kreativitas guna meningkatkan nilai tambah ekonomi melalui kapitalisasi ide kreatif.

2. Sub Sektor Ekonomi Kreatif

Jenis ekonomi kreatif dikelompokkan ke dalam 16 sub sektor seperti yang disebutkan dalam Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025, meliputi :

(1) Aplikasi dan Games Developer

Suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*).

(2) Arsitektur

Wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia, sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang.

(3) Desain Interior

Kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior; menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik.

(4) Desain Komunikasi Visual

Suatu bentuk komunikasi menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam disain grafis, teks dianggap gambar karena merupakan

hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Disain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan fine art.

(5) Desain Produk

Layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik (*Industrial Design Society of America-IDSA*).

(6) *Fashion* (Fesyen)

Gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.

(7) Film, Animasi, Video

Tampilan frame ke frame dalam urutan waktu menciptakan ilusi gerakan berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah hidup atau mempunyai nyawa.

(8) Fotografi

Sebuah industri mendorong penggunaan kreativitas individu memproduksi citra dari suatu objek foto menggunakan perangkat fotografi, termasuk media perekam cahaya, media penyimpan berkas, media yang menampilkan informasi menciptakan kesejahteraan juga kesempatan kerja.

(9) Kriya

Kerajinan (kriya) merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan disain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga dari tematik produknya.

(10) Kuliner

Kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika,

tradisi, dan/atau kearifan lokal; diakui oleh lembaga kuliner sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

(11) Musik

Segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.

(12) Penerbitan

Suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media daring menggunakan perangkat elektronik, ataupun media baru untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.

(13) Periklanan

Bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasarannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.

(14) Seni Pertunjukan

Cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (*performers*), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (*audiences*); baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tari; yang terjadi secara langsung (*live*) di dalam ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (*hic et nunc*).

(15) Seni Rupa

Penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang

mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.

(16) Televisi Dan Radio

a. Televisi

Kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

b. Radio

Kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

Mengacu pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia yang dikeluarkan oleh BPS, maka dapat dilihat jenis kegiatan usaha yang ada pada masing-masing sub sektor ekonomi Kreatif.

1) Aplikasi dan Games Developer

Menurut KBLU, jenis kegiatan usaha yang termasuk pada Aplikasi dan Games Developer mencakup kegiatan pengembangan video game, seperti kegiatan desain konsep game, pengembangan piranti lunak video game, pembuatan aset grafis, pembuatan animasi yang berkaitan dengan video game, pembuatan suara dan musik, pengujian video game, dan dukungan lainnya untuk video game.

2) Arsitektur

Menurut KBLU, kelompok ini mencakup kegiatan penyediaan jasa konsultasi arsitek, seperti penyusunan studi awal arsitektur, jasa desain arsitektural, jasa nasihat dan pradesain arsitektural, jasa arsitektural lainnya, jasa penilai perawatan dan kelayakan bangunan gedung, jasa pengembangan

pemanfaatan ruang, wilayah, perkotaan, lingkungan bangunan dan lanskap, perancangan bangunan gedung dan lingkungannya, pelestarian bangunan gedung dan lingkungannya, perancangan tata bangunan dan lingkungannya, penyusunan dokumen perencanaan teknis, pengawasan aspek arsitektur pada pelaksanaan konstruksi bangunan gedung dan lingkungannya, perencanaan kota dan tata guna lahan, manajemen proyek dan manajemen konstruksi, pendampingan masyarakat, konstruksi lain.

Objek berdasarkan klasifikasi Bangunan Gedung sesuai dengan International Building Code: Assembly/Pertemuan; Bussiness/Bisnis; Educational/Pendidikan; Factory and Industrial/Pabrik dan Bangunan Industri; High Hazard/Bangunan Resiko Tinggi; Institutional/ Kelembagaan dan Pemerintahan; Mercantile/Perdagangan; Residential/Hunian; Storage/Gudang; dan Utility and Miscellaneous/Bangunan utilitas dan lainlain. Termasuk jasa inspeksi gedung atau bangunan, gudang, dan bangunan sipil lainnya.

3) Desain Interior

Menurut KBLU, aktivitas usaha pada kelompok ini mencakup kegiatan penyediaan jasa konsultasi Desain Interior/Desain Ruang Dalam, yaitu merencanakan/merancang ruang dalam atau interior dari bangunan atau gedung berdasarkan kegiatan manusia, fungsi ruangan dan untuk mendapatkan hasil suasana/atmosphere dengan mempertimbangkan unsur-unsur: Keamanan, Kesehatan, Keselamatan, Kenyamanan, Penunjang penderita disabilitas, dan Estetika. Dalam bidang Desain Interior, selain jasa perencanaan, juga mencakup jasa survey, jasa studi kelayakan, jasa drafting, jasa desain artist impression, jasa supervisi/pengawasan interior bangunan/gedung, jasa estimasi harga/QS dan jasa

manajemen proyek di dalam konstruksi perencanaan desain interior. Termasuk Desain interior pada bangunan gedung maupun bangunan sipil lainnya.

4) Desain Komunikasi Visual

Menurut KBLU, aktivitas usaha pada kelompok ini mencakup kegiatan penyediaan jasa desain komunikasi visual/desain grafis secara manual maupun digital, serta statis (tidak bergerak) maupun dinamis (bergerak, interaktif), pada media cetak, layer (gawai, tv, komputer, layar LED dan sejenisnya), luring, daring atau virtual, yang berhubungan dengan pembuatan materi dengan fungsi identifikasi, informasi dan persuasi yang diimplementasikan pada identitas jenama (brand), logo, desain iklan, infografik, dan stasioneri; pembuatan desain komunikasi (berupa poster, brosur, buku atau material tercetak lainnya) untuk profil, situs web, aplikasi, media sosial, materi laporan, presentasi, dan desain material promosi lainnya; desain kemasan (packaging) terutama desain permukaan kemasan; atau pada media tiga dimensi/desain grafis lingkungan untuk papan pameran/event, display produk, papan promosi (billboard), penunjuk arah (wayfinding), system tanda (signage), penanda bangunan/retail dan sebagainya. Kelompok ini juga mencakup kegiatan penyediaan jasa pembuatan tulisan huruf (lettering), perancangan rupa huruf (typeface), dan pembuatan ilustrasi.

5) Desain Produk

Menurut KBLU, aktivitas usaha pada kelompok ini mencakup:

a. Desain industry

Aktivitas bidang usaha desain industri yaitu merencanakan, menciptakan, dan mengembangkan desain, spesifikasi yang mengoptimalkan penggunaan, nilai dan tampilan produk, termasuk penentuan bahan, konstruksi, mekanisme, bentuk, warna dan penyelesaian akhir permukaan produk,

pendekatan kepada kebutuhan dan karakteristik manusia, ergonomi, pengenalan pasar dan efisien dalam produksi, distribusi, penggunaan dan produksi.

b. Desain interior

Aktivitas bidang usaha kegiatan penyediaan jasa konsultasi desain interior/desain ruang dalam, yaitu merencanakan/merancang ruang dalam atau interior dari bangunan atau gedung berdasarkan kegiatan manusia, fungsi ruangan dan untuk mendapatkan hasil suasana/atmosphere dengan mempertimbangkan unsur-unsur: keamanan, kesehatan, keselamatan, kenyamanan, penunjang penderita disabilitas, dan estetika.

c. Desain komunikasi visual/desain grafis

Subgolongan ini mencakup kegiatan penyediaan jasa desain komunikasi visual/desain grafis secara manual maupun digital, serta statis (tidak bergerak) maupun dinamis (bergerak, interaktif), pada media cetak, layar (gawai, tv, komputer, layar LED dan sejenisnya), luring, daring atau virtual, yang berhubungan dengan pembuatan materi dengan fungsi identifikasi, informasi dan persuasi yang diimplementasikan pada identitas jenama (brand), logo, desain iklan, infografik, dan stasioneri; pembuatan desain komunikasi (berupa poster, brosur, buku atau material tercetak lainnya) untuk profil, situs web, aplikasi, media sosial, materi laporan, presentasi, dan desain material promosi lainnya; desain kemasan

(packaging) terutama desain permukaan kemasan; atau pada media tiga dimensi/desain grafis lingkungan untuk papan pameran/event, display produk, papan promosi (billboard), penunjuk arah (wayfinding), system tanda (signage), penanda bangunan/retail dan sebagainya. Subgolongan ini juga mencakup kegiatan penyediaan jasa

pembuatan tulisan huruf (lettering), perancangan rupa huruf (typeface), dan pembuatan ilustrasi.

d. Desain konten kreatif.

a. Aktivitas Desain Khusus Film, Video, Program Tv, Animasi Dan Komik

Kelompok ini mencakup kegiatan perencanaan konten kreatif khusus film, video, program tv, animasi dan komik antara lain: desain cerita; desain ketokohan dan pemilihan peran; desain artistik dan visual; desain teknis produksi; dan kebutuhan penunjang lainnya. Kegiatan pembuatan komik masuk dalam kelompok 90023.

b. Aktivitas Desain Konten Game

Kelompok ini mencakup kegiatan perencanaan konten kreatif game antara lain: desain logika mekanik permainan; desain cerita; desain artistic seperti desain visual karakter, desain user interface, desain level dan lain-lain; desain teknis terkait teknologi yang digunakan; pembuatan dokumen desain; riset dan pengembangan; dan aktivitas penunjang lainnya.

6) Fashion (Fesyen)

Menurut KBLU, aktivitas usaha pada kelompok ini mencakup kegiatan aktivitas desain industri untuk menghasilkan produk dalam industri tekstil, fashion dan apparel. Kelompok ini mencakup: desain untuk produk kain dan tenun; desain untuk produk sulaman; desain untuk produk pakaian dan pakaian dalam; desain untuk produk tutup kepala; desain untuk produk alas kaki, kaos kaki, stoking dan tali sepatu; desain untuk produk tas, koper, peti; desain untuk produk dasi, selendang, syal dan saputangan; desain untuk produk sarung tangan, payung, tongkat, kipas; desain untuk produk pita, ikat rambut,

aksesoris pakaian dan hiasan lainnya; dan desain untuk produk perhiasan.

7) Film, Animasi, Video

Pembuatan gambar bergerak, film, video, animasi, program televisi atau iklan televisi, pada kelompok usaha ini mencakup usaha pembuatan dan produksi gambar bergerak, film, video, animasi, program televisi atau iklan bergerak televisi yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta atas dasar balas jasa juga usaha pembuatan film untuk televisi dan jasa pengiriman film dan agen pembukuan film.

8) Fotografi

Menurut KBLU, aktivitas usaha pada kelompok ini mencakup kegiatan fotografi atau pemotretan, baik untuk perorangan atau kepentingan bisnis, seperti fotografi untuk paspor, sekolah, pernikahan dan lain-lain; fotografi untuk tujuan komersil, publikasi, mode, real estat atau pariwisata; fotografi dari udara (pemotretan dari udara atau aerial photography) dan perekaman video untuk acara seperti pernikahan, rapat dan lain-lain. Kegiatan lain adalah pemrosesan dan pencetakan hasil pemotretan tersebut, meliputi pencucian, pencetakan dan perbesaran dari negatif film atau cine-film yang diambil klien; laboratorium pencucian film dan pencetakan foto; photo shop (tempat cuci foto) satu jam (bukan bagian dari toko kamera); mounting slide dan penggandaan dan restoring atau pengubahan sedikit tranparasi dalam hubungannya dengan fotografi. Termasuk juga kegiatan jurnalis foto dan pembuatan mikrofilm dari dokumen.

9) Kriya

Menurut KBLU, aktivitas usaha pada bergabung dengan seni rupa yang mencakup kelompok ini melakukan praktik seni dengan berbagai macam medium dan metode yang mencakup kualitas tangible dan intangible. Tangible dalam kerja dan karya

seni dalam konteks kebudayaan meliputi segala hasil praktik kerja seni rupa melalui bermacam-macam pendekatan medium: lukis, gambar (drawing), patung, kriya, grafis, street art, instalasi, mixed media, seni konseptual, happening, performance art, fotografi, video art, seni berbasis IPTEK (science art), sound art, site-specific, seni berbasis komunitas (*community based art*), seni media (media art), seni media baru (new media art). Termasuk dalam kelompok ini adalah para seniman seni rupa, artisan, kurator, pematung, kartunis, peneliti bidang kesenian, kolektor galeris, kritikus seni rupa, manajer seni, art handler, organisasi dan ruang seni, arsiparis seni, dan sebagainya.

10) Kuliner

Menurut KBLU, aktivitas usaha Sementara itu, masuk pada Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum Golongan pokok ini mencakup kegiatan pelayanan makan minum yang menyediakan makanan atau minuman untuk dikonsumsi segera, baik restoran tradisional, restoran "self service" atau restoran "take away", baik di tempat tetap maupun sementara dengan atau tanpa tempat duduk. Kemudian yang dimaksud penyediaan makanan dan minuman adalah penyediaan makanan dan minuman untuk dikonsumsi segera berdasarkan pemesanan. Rincian dari sub golongan tersebut yaitu :

a. Restoran

Kelompok ini mencakup jenis usaha jasa menyajikan makanan dan minuman untuk dikonsumsi di tempat usahanya, bertempat di Sebagian atau seluruh bangunan permanen, dilengkapi dengan jasa pelayanan meliputi memasak dan menyajikan sesuai pesanan.

b. Rumah/Warung Makan

Kelompok ini mencakup jenis usaha jasa penyediaan makanan dan minuman untuk dikonsumsi di tempat usahanya yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan tetap (tidak berpindah-pindah), yang menyajikan makanan dan minuman di tempat usahanya.

c. Kedai Makanan

Kelompok ini mencakup usaha jasa pangan yang menjual dan menyajikan makanan siap dikonsumsi yang melalui proses pembuatan di tempat tetap yang dapat dipindah-pindahkan atau dibongkar pasang, biasanya dengan menggunakan tenda, seperti kedai seafood, pecel ayam dan lain-lain.

d. Penyediaan Makanan Keliling/Tempat Tidak Tetap

Kelompok ini mencakup usaha jasa pangan yang menjual dan menyajikan makanan siap dikonsumsi yang didahului dengan proses pembuatan dan biasanya dijual dengan cara berkeliling, seperti tukang bakso keliling, tukang gorengan keliling, tukang otak-otak keliling, tukang empek-empek keliling dan lain-lain.

e. Restoran Dan Penyediaan Makanan Keliling Lainnya

Kelompok ini mencakup kegiatan yang menyediakan jasa menyajikan makanan lainnya, seperti penyediaan jasa makan siap saji di pasar, supermarket, di sebuah lokasi umum dan atau berhubungan dengan angkutan dimana aktivitas utamanya berhubungan dengan menyajikan makanan dan minuman. Termasuk usaha cake dan bakery dengan jasa pelayanan, food court, food truck, food stall.

f. Jasa Boga Untuk Suatu Event Tertentu (Event Catering) Dan Penyediaan Jasa Boga Periode Tertentu

Golongan ini mencakup kegiatan katering untuk acara individu atau untuk acara pada periode waktu tertentu dan

pelaksanaan jasa catering berdasarkan perjanjian, seperti pada fasilitas olahraga atau sejenis.

g. Jasa Boga Untuk Suatu Event Tertentu (*Event Catering*)

Subgolongan ini mencakup penyediaan jasa makanan atas dasar kontrak perjanjian dengan pelanggan, lokasi ditentukan oleh pelanggan untuk suatu event tertentu.

h. Penyediaan Jasa Boga Periode Tertentu

Sub golongan ini mencakup jasa katering yaitu jasa penyediaan makanan atas dasar kontrak perjanjian dengan pelanggan, untuk periode waktu tertentu. Termasuk jasa katering berdasarkan perjanjian di fasilitas olahraga dan tempat lain yang sejenis

i. Penyediaan Minuman

Subgolongan ini mencakup kegiatan menyiapkan dan menyajikan minuman untuk dikonsumsi di tempat sesuai pesanan.

11) Musik

Golongan ini mencakup pembuatan alat musik, baik alat musik petik/gesek, keyboard, organ, akordian, alat musik perkusi maupun alat musik listrik serta suku cadang dan aksesorisnya. Golongan ini juga mencakup suling dan alat musik tiup lainnya. Golongan ini tidak mencakup kegiatan reproduksi, penyetelan dan perbaikan alat musik.

12) Penerbitan

Golongan pokok ini mencakup penerbitan buku, brosur, leaflet, kamus, ensiklopedia, atlas, peta dan grafik; penerbitan surat kabar, jurnal, majalah dan terbitan berkala lainnya; direktori dan mailing list dan penerbitan lainnya, serta penerbitan perangkat lunak (software). Penerbitan termasuk perolehan hak cipta untuk isi (produk informasi) dan membuat isi ini tersedia untuk masyarakat umum melalui kegiatan reproduksi dan distribusi isi ini dalam berbagai bentuk. Semua bentuk yang

mungkin dari penerbitan (dalam bentuk cetak, elektronik atau audio; pada internet; sebagai produk multimedia seperti CD-ROM dari buku referensi; dan lain-lain), kecuali penerbitan film, termasuk dalam golongan pokok ini.

13) Periklanan

Subgolongan ini mencakup penyediaan berbagai jasa periklanan (baik dengan kemampuan sendiri atau disubkontrakkan), meliputi jasa bantuan penasihat, kreatif, produksi bahan periklanan, perencanaan dan pembelian media.

Sub golongan ini mencakup :

- Kreasi dan realisasi promosi iklan, seperti penciptaan dan penempatan iklan di surat kabar, majalah dan tabloid, radio, televisi, internet dan media lainnya; penciptaan dan penempatan iklan lapangan, misalnya papan pengumuman, panel-panel, selebaran dan frames, iklan jendela, desain ruang pameran, iklan mobil dan bus dan lain-lain; media penggambaran, yaitu penjualan ruang dan waktu untuk berbagai macam media iklan permohonan; iklan udara (aerial advertising), distribusi atau pengiriman materi atau contoh iklan; penyediaan ruang iklan di dalam papan pengumuman atau billboard dan lain-lain; penciptaan stan serta struktur dan tempat pameran lainnya
- Memimpin kampanye pemasaran dan jasa iklan lain yang ditujukan pada penarikan dan mempertahankan pelanggan, seperti promosi produk, pemasaran titik penjualan (point of sale), iklan surat (direct mail), konsultasi pemasaran.

14) Seni Pertunjukan

Subgolongan ini mencakup beberapa lapangan usaha yang merupakan bagian dari kelompok industri seni pertunjukan yaitu :

- a) Jasa konvensi, pameran, dan perjalanan insentif yang mencakup usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan

bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, dan sebagainya). Termasuk juga dalam kelompok ini usaha jasa yang merencanakan, menyusun dan menyelenggarakan program perjalanan insentif dan usaha jasa yang melakukan perencanaan dan penyelenggaraan pameran.

- b) Impresariat yang mencakup kegiatan pengurusan dan penyelenggaraan pertunjukan hiburan baik yang berupa mendatangkan, mengirim, maupun mengembalikan serta menentukan tempat, waktu, dan jenis hiburan. Kegiatan usaha jasa impresariat ini meliputi bidang seni dan olah raga.
- c) Kegiatan drama, musik, dan hiburan lainnya oleh pemerintah yang mencakup kegiatan pemerintah dalam usaha menyelenggarakan hiburan baik melalui siaran radio, dan televisi, maupun tidak, seperti: drama seri, pagelaran musik, dengan tujuan sebagai media hiburan.
- d) Kegiatan drama, musik, dan hiburan lainnya oleh swasta yang mencakup usaha pertunjukan kesenian dan hiburan panggung yang dikelola oleh swasta seperti: opera, sandiwara, perkumpulan kesenian daerah, juga usaha jasa hiburan seperti: band, orkestra, dan sejenisnya. Termasuk kegiatan novelis, penulis cerita dan pengarang lainnya, aktor, penyanyi, penari sandiwara, penari dan seniman panggung lainnya yang sejenis. Termasuk juga usaha kegiatan produser radio, televisi, dan film, penceramah, pelukis, kartunis, dan pemahat patung.
- e) Jasa Penunjang Hiburan yang mencakup usaha jasa penunjang hiburan seperti : jasa juru kamera, juru lampu, juru rias, penata musik, dan js peralatan lainnya sebagai penunjang seni panggung. Termasuk juga agen penjualan karcis/ tiket pertunjukan seni dan hiburan;

- f) Kegiatan Hiburan lainnya yang mencakup kegiatan dalam menyelenggarakan hiburan kepada masyarakat, oleh pemerintah atau swasta.

15) Seni Rupa

Menurut KBLU, aktivitas usaha pada kelompok ini melakukan praktik seni dengan berbagai macam medium dan metode yang mencakup kualitas tangible dan intangible. Tangible dalam kerja dan karya seni dalam konteks kebudayaan meliputi segala hasil praktik kerja seni rupa melalui bermacam-macam pendekatan medium: lukis, gambar (drawing), patung, kriya, grafis, street art, instalasi, mixed media, seni konseptual, happening, performance art, fotografi, video art, seni berbasis IPTEK (science art), sound art, site-specific, seni berbasis komunitas (*community based art*), seni media (media art), seni media baru (new media art). Termasuk dalam kelompok ini adalah para seniman seni rupa, artisan, kurator, pematung, kartunis, peneliti bidang kesenian, kolektor galeris, kritikus seni rupa, manajer seni, art handler, organisasi dan ruang seni, arsiparis seni, dan sebagainya.

16) Televisi dan Radio

a. Penyiaran Televisi

Aktivitas golongan usaha ini mencakup kegiatan pembuatan program saluran televisi lengkap, dari komponen program yang dibeli (misalnya film, dokumentasi dan lain-lain), komponen program yang dihasilkan sendiri (misalnya berita lokal, laporan langsung) atau kombinasi dari hal tersebut. Program televisi lengkap ini dapat disiarkan baik melalui unit yang menghasilkan atau dihasilkan untuk transmisi melalui distributor pihak ketiga, seperti "Cable Companies" atau penyedia televisi satelit. Termasuk penyiaran data terintegrasi dengan penyiaran televisi.

b. **Penyiaran Radio**

Aktivitas kegiatan usaha pada penyiaran radio ini mencakup:

- Penyiaran sinyal suara melalui studio penyiaran radio dan fasilitas untuk mentransmisi pemrograman sinyal suara kepada masyarakat, untuk afiliasi atau pelanggan.
- Kegiatan jaringan radio, yaitu perakitan dan transmisi pemrograman sinyal suara kepada afiliasi atau pelanggan melalui udara, kabel atau satelit
- Kegiatan penyiaran radio melalui internet (stasiun radio internet)
- Penyiaran data yang terintegrasi dengan penyiaran radio

B. Kajian Terhadap Asas/Prinsip yang Terkait dengan Penyusunan Norma

Kajian terhadap asas-asas atau prinsip-prinsip norma selaras dengan Pasal 176 angka 2 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, yang telah mengubah Pasal 250 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, berbunyi Perda dan Perkada sebagaimana dimaksud dalam Pasal 249 ayat (1) dan ayat (3) dilarang bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi, asas pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik, asas materi muatan peraturan perundang-undangan, dan putusan pengadilan.

Berdasarkan perubahan Pasal 250 tersebut di atas, maka kajian asas-asas atau prinsip-prinsip dalam penyusunan naskah akademik Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara:

1. Asas-asas dalam Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang Baik

Pembentukan peraturan perundang-undangan harus dilakukan berdasarkan pada asas pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik (sesuai bunyi Pasal 5 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011), meliputi:

- a. Kejelasan tujuan;
- b. Kelembagaan atau pejabat pembentuk yang tepat;
- c. Kesesuaian antara jenis, hierarki, dan materi muatan;
- d. Dapat dilaksanakan;
- e. Kedayagunaan dan kehasilgunaan;
- f. Kejelasan rumusan; dan
- g. Keterbukaan

Penyusunan produk hukum daerah tertentu dilengkapi dengan naskah akademik yang disusun berdasarkan pendekatan dan kaidah ilmiah. Penyusunan naskah akademik menjadi prasyarat untuk menyusun rancangan peraturan perundang-undangan, termasuk peraturan daerah (Perda). Naskah akademik adalah naskah yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai konsepsi yang berisi latar belakang, tujuan penyusunan, sasaran yang ingin diwujudkan dan lingkup, jangkauan, obyek atau arah pengaturan rancangan peraturan perundang-undangan.

Naskah akademik merupakan konsepsi pengaturan suatu masalah (jenis peraturan perundang-undangan) yang dikaji secara teoritis dan sosiologis. Secara teoritik naskah akademik berisi kajian tentang dasar filosofis, dasar yuridis dan dasar politis suatu permasalahan yang akan diatur, sehingga mempunyai landasan pengaturan yang kuat, secara ringkas masing-masing dikemukakan sebagai berikut :

- a. Dasar filosofis merupakan landasan filsafat atau pandangan yang menjadi dasar cita-cita sewaktu menuangkan suatu masalah ke dalam peraturan perundang-undangan. Dasar

filosofis sangat penting untuk menghindari pertentangan peraturan perundang-undangan yang disusun dengan nilai-nilai yang hakiki dan luhur ditengah-tengah masyarakat, misalnya nilai etika, adat, agama dan lainnya.

- b. Dasar yuridis ialah ketentuan hukum yang menjadi dasar hukum (*rechtsgrond*) bagi pembuatan peraturan perundang-undangan. Dasar yuridis ini terdiri dari dasar yuridis dari segi formil dan dasar yuridis dari segi materiil. Dasar yuridis dari segi formil adalah landasan yang berasal dari peraturan perundang-undangan lain untuk memberi kewenangan (*bevoegdheid*) bagi suatu instansi pemerintah membuat aturan tertentu. Sedangkan dasar yuridis dari segi materiil yaitu dasar hukum untuk mengatur permasalahan (objek) yang akan diatur. Dengan demikian dasar yuridis ini sangat penting untuk memberikan pijakan pengaturan suatu peraturan perundang-undangan agar tidak terjadi konflik hukum atau pertentangan hukum dengan peraturan perundang-undangan di atasnya.
- c. Dasar politis merupakan kebijaksanaan politik yang menjadi dasar selanjutnya bagi kebijakan-kebijakan dan pengarahannya ketatalaksanaan pemerintahan. Diharapkan dengan adanya dasar politis ini maka produk hukum yang diterbitkan dapat berjalan sesuai dengan tujuan tanpa menimbulkan gejolak di tengah masyarakat.
- d. Secara sosiologis naskah akademik disusun dengan mengkaji realitas sosial dalam masyarakat yang meliputi kebutuhan hukum masyarakat, aspek sosial ekonomi dan nilai-nilai yang hidup dan berkembang (rasa keadilan masyarakat). Tujuan kajian sosiologis ini adalah untuk menghindari tercerabutnya peraturan perundang-undangan yang dibuat dari akar-akar sosial di masyarakat.

Kajian teoritis dalam penyusunan naskah akademik dilakukan dengan metode ilmiah, khususnya metode penelitian hukum, sehingga validitas hasilnya dapat dipertanggungjawabkan. Metode penelitian hukum dalam penyusunan naskah akademik ini memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam menggali dan menganalisis bahan hukum primer maupun sekunder, baik penelitian hukum normatif dan/atau empiris. Dengan demikian proses penyusunan peraturan perundang-undangan tidak boleh dilakukan secara pragmatis, dengan langsung menuju pada penyusunan pasal per pasal tanpa kajian atau penelitian yang mendalam terlebih dahulu. Peraturan perundang-undangan dibentuk dengan melaksanakan pengkajian ilmiah atas dasar teoritis dan sosiologis yang mendalam mewakili kepentingan pihak berwenang pembentuk peraturan, sehingga ketika diterapkan ke masyarakat tidak akan terjadi penolakan-penolakan.³

Hal penting yang erat kaitannya dengan penyusunan peraturan perundangan⁴, termasuk Peraturan Daerah (Perda) meliputi ciri-ciri penting sebagai berikut :

- 1) Bersifat umum dan komprehensif. Peraturan perundangan hendaknya memuat kajian yang berifat lengkap, luas dan tidak bersifat multi tafsir. Dengan demikian diharapkan dalam pelaksanaan tidak menimbulkan pemahaman yang keliru bagi aparat penegak hukum dan masyarakat yang dikenai Perda tersebut.
- 2) Bersifat universal. Peraturan perundangan yang disusun diberlakukan sama bagi warga masyarakat secara berkeadilan, sejalan dengan prinsip semua warga negara sama di depan hukum. Karena ia diciptakan untuk menghadapi peristiwa-

³ Yati Nurhayati, Ifrani, and M Yasir Said, 'Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Ilmu Hukum', *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia (JPHI)*, 2.1 (2021), 1–20.

⁴ Marten Bunga, 'Model Pembentukan Peraturan Daerah Yang Ideal Dalam Penyelenggaraan Otonomi Daerah', *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 49.4 (2019), 818–33 <<https://doi.org/10.21143/jhp.vol49.no4.2342>>.

peristiwa yang akan datang yang belum jelas bentuk konkritnya. Oleh karena itu, ia tidak dapat dirumuskan untuk mengatasi peristiwa-peristiwa tertentu.

- 3) Memiliki kekuatan untuk mengoreksi dan memperbaiki dirinya sendiri. Adalah lazim bagi suatu peraturan perundang-undangan, termasuk Perda untuk mencantumkan klausul yang memuat kemungkinan dilakukan peninjauan kembali.

Menurut Sugeng Istanto (2007) dalam (Marten, 2019)⁵, bahwa pembentukan peraturan perundangan (*legal drafting*) perlu memperhatikan asas pembentukan Peraturan Daerah yang baik, meliputi hal-hal penting sebagai berikut :

- 1) Asas kejelasan tujuan: setiap pembentukan peraturan perundang-undangan harus mempunyai tujuan yang jelas dan hendak dicapai.
- 2) Asas kelembagaan atau organ pembentuk yang tepat: setiap jenis peraturan daerah (Perda) harus dibuat oleh lembaga/pejabat pembentuk peraturan daerah yang berwenang. Peraturan daerah tersebut dapat dibatalkan atau batal demi hukum apabila bertentangan dengan ketentuan yang dibuat oleh lembaga/pejabat atau peraturan yang lebih tinggi.
- 3) Asas kesesuaian antara jenis dan materi muatan: dalam pembentukan peraturan daerah (Perda) harus benar-benar memperhatikan materi muatan yang tepat dengan jenis peraturan daerahnya telah sesuai dengan dasar perundangan yang berlaku. Penyusunan Perda dengan berdasarkan pada Permendagri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Penyusunan Produk Hukum Daerah.

⁵ Marten Bunga, 'Model Pembentukan Peraturan Daerah Yang Ideal Dalam Penyelenggaraan Otonomi Daerah', *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 49.4 (2019), 818–33
<<https://doi.org/10.21143/jhp.vol49.no4.2342>>.

- 4) Asas dapat dilaksanakan: setiap pembentukan peraturan daerah harus memperhitungkan efektivitas peraturan daerah tersebut di dalam masyarakat, baik secara filosofis, yuridis maupun sosiologis.
- 5) Asas kedayagunaan dan kehasilgunaan: setiap pembentukan peraturan daerah yang dibuat memang karena benar-benar dibutuhkan dan bermanfaat dalam mengatur kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
- 6) Asas kejelasan rumusan: setiap peraturan daerah harus memenuhi persyaratan teknis penyusunan peraturan daerah, sistematika dan pilihan kata atau terminologi, serta bahasa hukumnya jelas dan mudah dimengerti sehingga tidak menimbulkan berbagai macam interpretasi dalam pelaksanaannya.
- 7) Asas keterbukaan: dalam proses pembentukan peraturan daerah mulai perencanaan, persiapan, penyusunan, dan pembahasan, seluruh lapisan masyarakat perlu diberi kesempatan yang seluas-luasnya untuk mengetahui dan memberikan masukan dalam proses pembuatan peraturan daerah agar peraturan yang terbentuk menjadi populis dan efektif.

2. Asas-asas dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif

Mengacu pada berbagai referensi ekonomi kreatif, pengembangan ekonomi kreatif diselenggarakan berdasarkan prinsip dasar ekonomi kreatif yang meliputi:

a. Asas Kreativitas

Penulis seperti John Howkins, dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, menekankan bahwa kreativitas adalah sumber daya utama dalam ekonomi kreatif. Kreativitas merupakan daya cipta manusia yang menghasilkan ide-ide baru yang dapat dikomersialisasikan.

b. Asas Inovasi dan Perubahan

Peter Drucker, seorang penulis dan pakar manajemen, berpendapat bahwa inovasi merupakan kunci dalam setiap ekonomi modern. Dalam ekonomi kreatif, inovasi berperan dalam menerjemahkan ide-ide kreatif menjadi produk atau jasa yang dapat dipasarkan, baik melalui teknologi baru maupun pendekatan bisnis yang berbeda.

c. Asas Keberlanjutan

Richard Florida, dalam karyanya *The Rise of the Creative Class*, menekankan pentingnya keberlanjutan dalam pengembangan ekonomi kreatif. Florida menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif harus dilakukan dengan mempertimbangkan dampak sosial, budaya, dan lingkungan untuk menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

d. Asas Kolaborasi

Henry Chesbrough, dalam konsep *Open Innovation*, menekankan pentingnya kolaborasi dalam menghasilkan ide-ide kreatif. Kolaborasi antar berbagai aktor seperti pemerintah, sektor swasta, komunitas, dan individu mempercepat inovasi dan membantu menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang dinamis.

e. Asas Digitalisasi dan Teknologi

Menurut Yudhoyono dan Kamil dalam berbagai makalah, teknologi digital telah menjadi pilar penting dalam ekonomi kreatif. Digitalisasi memungkinkan distribusi konten kreatif secara global, memperluas pasar, serta menciptakan platform baru bagi wirausaha kreatif untuk berinovasi dan berkembang.

f. Asas Kearifan Lokal dan Keberagaman Budaya

David Throsby dalam bukunya *Economics and Culture* menekankan pentingnya menjaga kearifan lokal dan keberagaman budaya dalam ekonomi kreatif. Budaya lokal memberikan identitas yang unik pada produk kreatif, sekaligus

menjadi sumber daya yang harus dilindungi dan dilestarikan dalam perkembangan ekonomi.

g. Asas Kewirausahaan

Menurut beberapa penulis seperti Chris Anderson, penulis *Makers: The New Industrial Revolution*, kewirausahaan adalah asas utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Wirausahawan kreatif menciptakan model bisnis baru yang memanfaatkan inovasi, teknologi, dan kreativitas untuk memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan pasar.

Sementara itu, dalam Penyelenggara Pemerintahan Daerah, berpedoman pada asas penyelenggaraan pemerintahan yang terdiri atas:

- a. Kepastian hukum, adalah asas dalam negara hukum yang mengutamakan landasan ketentuan peraturan perundang-undangan dan keadilan dalam setiap kebijakan penyelenggara negara.
- b. Tertib penyelenggara negara, adalah asas yang menjadi landasan keteraturan, keserasian, dan keseimbangan dalam pengendalian penyelenggara negara.
- c. Kepentingan umum, adalah asas yang mendahulukan kesejahteraan umum dengan cara yang aspiratif, akomodatif, dan selektif.
- d. Keterbukaan, adalah asas yang membuka diri terhadap hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar, jujur, dan tidak diskriminatif tentang penyelenggaraan negara dengan tetap memperhatikan perlindungan atas hak asasi pribadi, golongan, dan rahasia negara.
- e. Proporsionalitas, adalah asas yang mengutamakan keseimbangan antara hak dan kewajiban penyelenggara negara.
- f. Profesionalitas, adalah asas yang mengutamakan keahlian yang berlandaskan kode etik dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- g. Akuntabilitas, adalah asas yang menentukan bahwa setiap kegiatan dan hasil akhir dari kegiatan penyelenggara negara harus dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat atau rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- h. Efisiensi, adalah asas yang berorientasi pada minimalisasi penggunaan sumber daya dalam penyelenggaraan negara untuk mencapai hasil kerja yang terbaik.
- i. Efektivitas, adalah asas yang berorientasi pada tujuan yang tepat guna dan berdaya guna.
- j. Keadilan, adalah bahwa setiap tindakan dalam penyelenggaraan negara harus mencerminkan keadilan secara proporsional bagi setiap warga negara.

C. Kajian Terhadap Praktik Penyelenggaraan, Kondisi yang Ada, serta Permasalahan yang Dihadapi Masyarakat

Ekonomi kreatif dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi yang signifikan, terutama di negara-negara yang memanfaatkan kreativitas dan inovasi sebagai aset ekonomi. Industri kreatif seperti film, musik, desain, mode, dan kuliner berkontribusi besar terhadap PDB nasional dengan menciptakan produk bernilai tambah tinggi. Peran ekonomi kreatif bagi pertumbuhan ekonomi nasional tidak perlu diragukan lagi. Industri kreatif ini di beberapa tempat telah berkembang relatif pesat. Bahkan beberapa daerah telah sungguh-sungguh menjalankan kebijakan yang berpihak pada pelaku ekonomi kreatif melalui beberapa kebijakan, baik pada aspek pembiayaan, pemasaran, pengembangan kapasitas SDM, fasilitasi, dan perbaikan infrastruktur yang berkaitan langsung dengan usaha peningkatan daya saing.

1. Praktek Ekonomi Kreatif di Dunia

Praktik ekonomi kreatif di dunia sangat beragam dan berkembang pesat, mengintegrasikan kreativitas dengan ekonomi

untuk menciptakan produk dan layanan bernilai tinggi. Berikut beberapa contoh praktik ekonomi kreatif di berbagai negara:

a. Korea Selatan: K-Wave (Hallyu)

Subsektor ekonomi kreatif di Korea Selatan yang berkembang adalah Musik, film, fesyen, dan game. Korea Selatan telah menjadi salah satu pemain utama dalam ekonomi kreatif global melalui ekspor budaya pop, dikenal sebagai Hallyu atau Korean Wave. Produk seperti K-pop (BTS, Blackpink), drama Korea, dan video game menjadi sumber devisa yang signifikan. Pemerintah Korea Selatan mendukung industri kreatif dengan kebijakan proaktif, termasuk pelatihan kreatif, pengembangan teknologi, dan pemasaran internasional.

b. Amerika Serikat: Silicon Valley

Subsektor ekonomi kreatif di Amerika Serikat yang berkembang adalah Teknologi, film, media, dan hiburan. Silicon Valley adalah pusat inovasi teknologi dunia, memadukan kreativitas dalam pengembangan produk teknologi seperti perangkat lunak, aplikasi, hingga AI. Di Los Angeles, industri film Hollywood menjadi bagian besar dari ekonomi kreatif AS, dengan produksi film, serial, dan konten hiburan lainnya yang di ekspor ke seluruh dunia.

c. Inggris: Industri Mode dan Musik

Subsektor ekonomi kreatif di Inggris yang berkembang adalah Fesyen, musik, desain, arsitektur. Inggris dikenal dengan London sebagai salah satu pusat mode dunia. Industri mode Inggris menghasilkan produk yang unik, inovatif, dan berpengaruh secara global. Selain itu, industri musik Inggris, dengan band dan artis ikonik seperti The Beatles, Rolling Stones, hingga Adele, memberikan kontribusi besar pada ekonomi kreatif. Pemerintah Inggris juga aktif dalam mendukung ekonomi kreatif melalui program pendanaan dan pelatihan.

d. Prancis: Industri Mode dan Desain

Subsektor ekonomi kreatif di Prancis yang berkembang adalah Fesyen, kuliner, seni, dan desain. Prancis, khususnya Paris, adalah pusat dunia untuk mode dan desain. Merek-merek seperti Louis Vuitton, Chanel, dan Dior tidak hanya mendominasi pasar fesyen, tetapi juga berperan penting dalam perekonomian nasional. Selain itu, sektor kuliner dengan hidangan gourmet dan seni visual juga memainkan peran besar dalam ekspor kreatif Prancis.

e. India: Bollywood dan Seni Rupa

Subsektor ekonomi kreatif di India yang berkembang adalah Film, musik, dan seni. Bollywood, pusat produksi film di Mumbai, adalah salah satu industri film terbesar di dunia, yang memproduksi ribuan film setiap tahun. Selain itu, seni tradisional India, termasuk kerajinan tangan dan tekstil, juga diakui secara global. India menggunakan warisan budayanya untuk menghasilkan produk yang unik dan berkualitas tinggi yang diekspor ke pasar internasional.

f. Brasil: Industri Kreatif Berbasis Budaya Lokal

Subsektor ekonomi kreatif di Brasil yang berkembang adalah Musik, tarian, fesyen, dan kerajinan. Brasil memiliki kekayaan budaya yang unik yang tercermin dalam ekonomi kreatifnya. Musik samba dan bossa nova, bersama dengan karnaval Rio de Janeiro, menjadi daya tarik budaya yang diakui secara internasional. Industri kerajinan tangan dan fesyen lokal juga menjadi bagian penting dari ekonomi kreatif Brasil.

g. Australia: Industri Media dan Seni

Subsektor ekonomi kreatif di Australia yang berkembang adalah Film, media, seni rupa. Australia memiliki industri kreatif yang kuat terutama di bidang film, televisi, dan seni rupa. Festival film seperti Sydney Film Festival dan industri seni rupa

kontemporer Australia mendapat perhatian internasional, yang berkontribusi besar pada ekonomi kreatif negara ini.

2. Praktek Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara

Kondisi perkembangan ekonomi kreatif dilihat berdasarkan 16 sub sektor mengacu pada Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif dan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional. Pada tahun 2023, berdasarkan data yang dihimpun oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara terdapat 211 pelaku ekonomi kreatif. Adapun gambaran kondisi ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara adalah sebagai berikut:

1) Aplikasi dan Games Developer

Aplikasi dan Games Developer merupakan suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*). Jumlah pelaku ekonomi kreatif pada sub sektor ini yang tercatat di Kabupaten Banjarnegara adalah pelaku ekonomi kreatif untuk jenis aplikasi. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara jumlah usaha bidang aplikasi tercatat sebanyak 3 pelaku usaha. Ketiga pelaku ekonomi kreatif bidang aplikasi terdapat di Kecamatan Punggelan Karangobar Pagentan. Sementara itu, pelaku usaha bidang games developer tercatat sebanyak 2 pelaku usaha yang terdapat di Kecamatan Bawang dan Banjarmangu. Jumlah pelaku usaha yang terlibat dalam bidang aplikasi sebanyak 5 orang dan bidang games developer sebanyak 2 orang.

Tabel 2.1
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Aplikasi dan Games
Developer Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1	Radkasa, Seven Eight & Radjasa TV	Danakerta	Punggelan	3
2	Barakom Karangkoobar	Leksana	Karangkoobar	1
3	Lumbang teknomedia	Plumbungan	Pagentan	1
4	Kolam Bermain Ceria	Blambangan	Bawang	2
5	Hasil Karya Miniatur (HKM)	Sijeruk	Banjarmangu	1

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

2) **Arsitektur**

Sub sektor ekonomi kreatif arsitektur merupakan wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia, sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang. Sub sektor ekonomi kreatif untuk bidang arsitektur termasuk rendah di Kabupaten Banjarnegara. Tercatat pada tahun 2024, jumlah pelaku ekonomi kreatif bidang arsitektur sebanyak 1 pelaku, yang berada di Desa Kalimandi, Kecamatan Purwareja Klampok dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 2 orang.

Tabel 2.2
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Arsitektur Kabupaten
Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1	Maxi Design	Kalimandi	Purwareja Klampok	2

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

3) Desain Interior

Ekonomi kreatif sub sektor desain interior merupakan kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior; menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik. Jumlah pelaku usaha kreatif pada bidang desain interior tercatat sebanyak 9 pelaku yang tersebar di 4 kecamatan, yaitu Kecamatan Wanayasa, Karangkoobar, Rakit, Sigaluh. Jumlah tenaga kerja yang tergabung dalam sub sektor desain interior mencapai 54 orang. Gambaran pelaku usaha kreatif desain interior sampai dengan tahun 2024 selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.3
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Desain Interior
Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1	Sangga Langit Dekorasi	Tempuran	Wanayasa	4
2	Sangga Langit Dekorasi	Tempuran	Wanayasa	4
3	Aqmara Interior	Binangun	Karangkoobar	12
4	Pt. Aqmara Sukses Bersama	Binangun	Karangkoobar	2
5	Cms Design	Kincang	Rakit	2
6	Sky_Nart	Prigi	Sigaluh	1
7	Backstage Moment	Rakit	Rakit	15
8	Umah Penganten Dekprasi	Situwangi	Rakit	10
9	Sri Wiji Pelangi Wo	Tempuran	Wanayasa	4

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

4) Desain Komunikasi Visual

Pelaku ekonomi kreatif kategori desain komunikasi visual merupakan suatu bentuk komunikasi menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam disain grafis, teks dianggap gambar karena merupakan

hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Disain grafis diterapkan dalam disain komunikasi dan *fine art*.

Jumlah pelaku ekonomi kreatif kategori desain komunikasi visual di Kabupaten Banjarnegara tercatat sebanyak 14 pelaku usaha. Jumlah tersebut tersebar di 9 kecamatan, yang meliputi Kecamatan Karangobar, Banjarmangu, Batur, Kalibening, Pandanarum, Pejawaran, Punggelan, Rakit dan Wanayasa. Adapun jumlah tenaga kerja yang terserap pada sektor kreatif desain komunikasi visual adalah sebanyak 43 orang. Sebaran pelaku ekonomi kreatif berdasarkan desa/kelurahan dan kecamatan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.4
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Desain Komunikasi Visual Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1	Bintang Digital Printing	Slati	Karangobar	2
2	Grafina Wanayasa	Tempuran	Wanayasa	1
3	Ands Company	Penusupan	Pejawaran	10
4	Dafa Creation	Petuguran	Punggelan	1
5	Mugi Suroso	Kelapa	Punggelan	1
6	Dieng Grafis	Batur	Batur	1
7	Ratem Production	Lengkpng	Rakit	13
8	Mozharo Motor	Karangobar	Karangobar	3
9	Barakom Digital Printing	Leksana	Karangobar	4
10	Albar Muzaqi	Kesenet	Banjarmangu	1
11	Oz Printing & Advertising	Pingit	Rakit	2
12	Dedhomeprinting	Sirukun	Kalibening	1
13	Iyddesign	Beji	Pandanarum	1
14	Digital Printing	Lawen	Pandanarum	2

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

5) Desain Produk

Sub sektor ekonomi kreatif pada kategori desain produk merupakan layanan profesional yang menciptakan dan

mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik (Industrial Design Society of America-IDS). Perkembangan sub sektor desain produk tercatat ada 7 merk/brand yang masuk dalam kategori desain produk. Total jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam pelaku ekonomi kreatif desain produk sebanyak 23 orang. Pelaku ekonomi kreatif sub sektor desain produk berada di 4 kecamatan, yaitu Kecamatan Punggelan, Bawang, Sigaluh dan Pagentan.

Selengkapnya kondisi pelaku ekonomi kreatif bidang desain produk dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.5
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Desain Produk
Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1	Darnoto	Danakerta	Punggelan	1
2	Ceting Batik	Danakerta	Punggelan	5
3	Ceting.Batik	Danakerta	Punggelan	2
4	Elvana Ecoprint & Fashion	Badakarya	Punggelan	2
5	Slamet Santosa	Pucang	Bawang	11
6	Super Star	Sawal	Sigaluh	1
7	Tresno video	Nagasari	Pagentan	1

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

6) Fashion (Fesyen)

Sub sektor ekonomi kreatif bidang fashion merupakan gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok. Fashion sebagai salah satu subsektor penting dalam ekonomi kreatif. Fashion melibatkan proses penciptaan, produksi, dan distribusi pakaian, aksesoris, serta gaya yang menggabungkan elemen seni, budaya, dan inovasi. Sebagai

bagian dari ekonomi kreatif, sektor fesyen memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi tren budaya, menciptakan identitas nasional, dan memberikan kontribusi ekonomi yang besar.

Pelaku ekonomi kreatif bidang fashion di Kabupaten Banjarnegara tercatat sebanyak 13 pelaku usaha. Jumlah tenaga kerja yang terlibat adalah sebanyak 32 orang. Pelaku ekonomi kreatif bidang fashion tersebar di 8 kecamatan, yang meliputi Kecamatan Wanayasa, Banjarnegara, Bawang, Kalibening, Pagentan, Pandanarum, Pejawaran, dan Sigaluh. Selengkapnya kondisi pelaku ekonomi kreatif bidang fashion dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.6
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fashion Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1	Myea Legawa	Tempuran	Wanayasa	1
2	Ramban Godong	Blambangan	Bawang	6
3	Janeeta. Colection	Sarwodadi	Pejawaran	6
4	Upriyana Make Up	Balun	Wanayasa	1
5	Sekar Jagad	Tunggara	Sigaluh	3
6	Kecantikan, Fashion	Blambangan	Bawang	2
7	Fabian Butik Dan Salon	Mergosari	Banjarnegara	2
8	Shofia Makeup	Pringamba	Pandanarum	1
9	Prasyagift	Kalibening	Kalibening	1
10	Elies Fashion	Beji	Pandanarum	3
11	Anjas Collection	Sikumpul	Kalibening	2
12	OAC ARTHENTIC	Gumingsir	Pagentan	2
13	Jkacc	Aribaya	Pagentan	2

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

7) Film, Animasi, Video

Kategori ekonomi kreatif pada sub sektor film, animasi dan video adalah pelaku ekonomi kreatif yang mengembangkan usaha

melalui tampilan frame ke frame dalam urutan waktu menciptakan ilusi gerakan berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah hidup atau mempunyai nyawa. Film, animasi, dan video merupakan subsektor penting dalam ekonomi kreatif. Ketiga bidang ini melibatkan proses kreatif yang kompleks, mulai dari penulisan naskah, produksi, pengeditan, hingga distribusi dan pemasaran.

Pelaku ekonomi kreatif yang bergerak dibidang film, animasi dan video di Kabupaten Banjarnegara tercatat sebanyak 17 pelaku. Jumlah tersebut tersebar di 9 kecamatan, yaitu Kecamatan Wanayasa, Banjarmangu, Banjarnegara, Kalibening, Pandanarum, Punggelan, Rakit, Sigaluh, dan Susukan. Adapun jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam sub sektor kreatif film, animasi dan video adalah sebanyak 38 orang. Selengkapnya kondisi pelaku ekonomi kreatif bidang film, animasi dan video dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.7
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Film, Animasi, Video
Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1	Chanell Manuk Ngoceh	Wanayasa	Wanayasa	1
2	Hp Trabas	Wanayasa	Wanayasa	1
3	Ina_Asmr	Brengkok	Susukan	1
4	Chanel Youtube : Anvec_2	Tanjungtirta	Punggelan	1
5	Chanel Youtube : Afriyan Awpro	Punggelan	Punggelan	3
6	Rubiyah Berkah Chanel	Punggelan	Punggelan	2
7	Chanel Youtube : San_Lighting	Kecepit	Punggelan	1
8	Loronh Fiksi	Majatengah	Kalibening	7
9	Chanel Youtube : Tabiestabies7	Adipasir	Rakit	1
10	Chanel Youtube :	Kincang	Rakit	1

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
	Firdaus Chanel			
11	Arkana Media	Parakancangah	Banjarnegara	1
12	Iaa Project	Bojanegara	Sigaluh	10
13	Desircya	Karanganyar	Kalibening	1
14	Damargalihfilm	Pringamba	Pandanarum	1
15	Nikelmuhammad entertainment	Kalibening	Kalibening	1
16	Generous Pictures	Kendaga	Banjarmangu	4
17	X Sat Studio	Sikumpul	Kalibening	1

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

8) Fotografi

Sub sektor ekonomi kreatif fotografi merupakan sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu memproduksi citra dari suatu objek foto menggunakan perangkat fotografi, termasuk media perekam cahaya, media penyimpan berkas, media yang menampilkan informasi menciptakan kesejahteraan juga kesempatan kerja. Sebagai bagian dari ekonomi kreatif, fotografi memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi industri lain dan menciptakan dampak ekonomi yang luas melalui berbagai aplikasi kreatifnya.

Perkembangan sub sektor ekonomi kreatif fotografi di Kabupaten Banjarnegara sampai saat ini ada sebanyak 4 pelaku kreatif dengan jumlah tenaga kerja yang terserap sebanyak 15 orang. Sub sektor ekonomi kreatif bidang fotografi tersebar di 4 kecamatan, yaitu Kecamatan Susukan, Punggelan, Wanayasa dan Banjarmangu. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.8
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fotografi Kabupaten
Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1	Taft Studio	Kedawung	Susukan	4
2	Muhfoto.Id	Kecepit	Punggelan	5
3	Miracle Motret	Wanayasa	Wanayasa	3
4	Arkana Media	Kesenet	Banjarmangu	3

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

9) Kriya

Kerajinan (kriya) merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan disain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga dari tematik produknya.

Industri kerajinan kriya di Kabupaten Banjarnegara memiliki perkembangan yang cukup baik. Tercatat industri kreatif bidang kriya mencapai 45 pelaku kreatif, yang tersebar di 12 kecamatan, yaitu di Kecamatan Pejawaran, Banjarmangu, Kalibening, Mandiraja, Pagedongan, Punggelan, Purwanegara, Purwareja Klampok, Purwonegoro, Rakit, Sigaluh dan Susukan. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam sub sektor kriya ini sebanyak 363 orang. Gambaran selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.9
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kriya Kabupaten
Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1.	Fiki Craf	Pejawaran	Pejawaran	1
2.	Yota-Arts	Penusupan	Pejawaran	1
3.	Bambu Ayu	Derik	Susukan	9
4.	Pradikta Creative Indo	Pagak	Purwareja Klampok	2
5.	Seni 2 Dimensi	Sarwodadi	Pejawaran	1
6.	Saviella Craft	Gumiwang	Purwanegara	8
7.	Yohana Art	Pejawaran	Pejawaran	1
8.	Suherman Salim	Punggelan	Punggelan	1
9.	Wrestari Alam Jaya	Punggelan	Punggelan	1
10.	Cipta Indah Karya	Sawangan	Punggelan	5
11.	Vithacraft	Danakerta	Punggelan	1
12.	Innovation Steel	Kecepat	Punggelan	41
13.	Topi Bambu	Prigi	Sigaluh	5
14.	Marantika Craft	Bondolharjo	Punggelan	1
15.	Parwati	Berta	Susukan	4
16.	Keramik Usaha Karya	Klampok	Purwareja Klampok	60
17.	Batik Gumelem Mirah	Panerusan Wetan	Susukan	7
18.	Moro Seneng	Prigi	Sigaluh	10
19.	Ridlo Fammily	Lengkong	Rakit	2
20.	Sekar Warna	Luwung	Rakit	10
21.	Bucini	Adipasir	Rakit	1
22.	Tigaputra Store	Adipasir	Rakit	30
23.	Alba Variasi	Prigi	Sigaluh	3
24.	Istana Batu Alam	Sambong	Punggelan	3
25.	Karya Agung	Pingit	Rakit	4
26.	Aquarius	Pingit	Rakit	2
27.	Mp Masngad Production	Banjarkulon	Banjarmangu	3
28.	Deffira	Pagedongan	Pagedongan	3
29.	Batik Giri Alam	Gumelem Wetan	Susukan	10
30.	Maharnikah Hm	Bojanegara	Sigaluh	1
31.	Wijaya Furnitur	Gunung Langit	Kalibening	1

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
32.	Ari Handicraf	Gunung Langit	Kalibening	1
33.	Azis Art & Decoration	Punggelan	Punggelan	2
34.	Reecraft	Jenggawur	Banjarmangu	1
35.	Bonsai	Pagedongan	Pagedongan	1
36.	Yundi Rajuta	Sijeruk	Banjarmangu	6
37.	Waris	Paseh	Banjarmangu	12
38.	Tithan craf	Muntangsari	Purwonegoro	2
39.	Cipta guna kreasi craf	Salamerta	Mandiraja	25
40.	FAOZY_CRAFT	Kalibenda	Sigaluh	1
41.	Rapakem	Gumiwang	Purwonegoro	2
42.	Hafla florist	Gumiwang	Purwonegoro	2
43.	Giyanta	Gumiwang	Purwonegoro	7
44.	D bantar	Kertayasa	Mandiraja	9
45.	Candaka	Kaliwungu	Mandiraja	60

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

10) Kuliner

Termasuk pada sub sektor kuliner adalah kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; diakui oleh lembaga kuliner sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen. Subsektor kuliner dalam ekonomi kreatif memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional. Kuliner tidak hanya mencakup produksi dan penjualan makanan dan minuman, tetapi juga mencakup inovasi, kreativitas, dan promosi budaya melalui makanan.

Sub sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara tumbuh dan berkembang di setiap kecamatan. Tercatat ada 63 pelaku usaha pada sub sektor kuliner dengan jumlah tenaga kerja yang terlibat di dalamnya mencapai 247 orang. Gambaran sebaran

sub sektor kuliner selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.10
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1.	Kopi Limolas (Kop15)	Wanayasa	Wanayasa	1
2.	Rays'corn	Karangsari	Pejawaran	3
3.	Butuek Coffee	Pejawaran	Pejawaran	2
4.	Sambal Ambruk	Darmayasa	Pejawaran	15
5.	Mendoan Raksasa Kang Sarwono	Purwareja	Purwareja Klampok	3
6.	Kopi Djawara	Babadan	Pagentan	10
7.	Caffea Slim	Pejawaran	Pejawaran	2
8.	D'kwondogiri Gili Lori	Blambangan	Bawang	10
9.	Kripik Kentang Fayza	Sidareja	Batur	15
10.	Albaeta	Batur	Batur	12
11.	Gega Coffee	Sarwodadi	Pejawaran	3
12.	Kampus Coffee	Sarwodadi	Pejawaran	3
13.	Manes	Punggelan	Punggelan	3
14.	Wine Coffee Mlaya	Mlaya	Punggelan	2
15.	Saung Ming Ming	Petuguran	Punggelan	12
16.	Khana	Tribuana	Punggelan	1
17.	Nabil Cakes	Tribuana	Punggelan	1
18.	Kedai Sawah	Sidarata	Punggelan	2
19.	Martabak Meyda	Kalibening	Kalibening	6
20.	Baliani	Bondolharjo	Punggelan	2
21.	Gula Semut Emi	Bondolharjo	Punggelan	2
22.	Larenza Cafe	Karangsari	Punggelan	2
23.	Airros Caffee	Karangsari	Punggelan	2
24.	Saung Kaliwarna	Punggelan	Punggelan	3
25.	Handayani	Pejawaran	Pejawaran	1
26.	Bramasari Coffee	Giritirta	Pejawaran	4
27.	Tld Kopi	Sarwodadi	Pejawaran	3
28.	Kendil Farm Coffee	Penusupan	Pejawaran	2
29.	Juan Cake & Bakery	Tanjung Anom	Rakit	4
30.	Raden Cake & Bakery	Badamita	Rakit	2

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
31.	Aniez Snack	Badamita	Rakit	3
32.	Ani Hidayati	Rakit	Punggelan	2
33.	Maja Pingit	Pingit	Rakit	2
34.	Armys	Kaliunjar	Banjarmangu	1
35.	Dapur Gondosari	Kaliunjar	Banjarmangu	4
36.	Rejeki Mandiri	Rejasari	Banjarmangu	3
37.	Mayshin Snack/Mayshin	Kaliunjar	Banjarmangu	4
38.	Amalia	Medayu	Banjarmangu	6
39.	Mas Roti	Gunung Langit	Kalibening	2
40.	Glinding Coffe	Balun	Wanayasa	1
41.	Baratas Coffe	Balun	Wanayasa	25
42.	Nanang Fried Chiken	Kalibening	Kalibening	2
43.	Temam Duduk Ku	Kalibening	Kalibening	1
44.	Jananan Tradisional Nadia Citra	Lawen	Pandanarum	3
45.	Sekromong Kopi	Gunung Langit	Kalibening	4
46.	Rehas Kopi	Tempuran	Wanayasa	1
47.	Dapur Adeeva	Kaliunjar	Banjarmangu	2
48.	Wanagro Tulale	Blambangan	Bawang	5
49.	Greap Salaka	Gripit	Banjarmangu	3
50.	Arum Sari Teh Jawa	Sikumpul	Kalibening	2
51.	Bociku (Bakso Aci)	Majatengah	Kalibening	2
52.	Geprek Oei oei	Kertosari	Kaibening	2
53.	Say Story	Kalibening	Kalibening	2
54.	Its Sunshine kuliner modern	Kalibening	Kalibening	2
55.	Kebun Teh Kertosari (Teh Sangrai)	Kertosari	Kaibening	4
56.	Poetra Roti	Mertasari	Purwonegoro	5
57.	Java sikopel	Babadan	Pagentan	2
58.	Bangire coffee	Kasmaran	Pagentan	3
59.	Solibens	Pagentan	Pagentan	5
60.	Sesup rasa	Plumbungan	Pagentan	6
61.	Yuganta coffe	Rejasa	Madukara	3
62.	Madu gilar-gilar	Karanganyar	Madukara	1
63.	Khiyang snack	Aribaya	Pagentan	1

Kabupaten Banjarnegara merupakan salah satu daerah yang memiliki minuman khas daerah atau minuman tradisional sebagai bagian dari wujud budaya yang berciri kedaerahan, spesifik, dan mencerminkan potensi alam Kabupaten Banjarnegara. Minuman khas Banjarnegara yang dimaksud adalah Dawet Ayu, yang merupakan minuman khas Jawa yang terbuat dari tepung atau beras ketan. Dawet dikenal juga sebagai cendol dan ada beragam jenisnya. Dawet Ayu Banjarnegara merupakan jenis minuman yang berbahan campuran tradisional dan telah lama berkembang secara spesifik ditengah-tengah kehidupan masyarakat Banjarnegara. Dawet Ayu sebagai minuman tradisional diolah dari resep yang sudah dikenal oleh masyarakat Banjarnegara dengan bahan-bahan yang diperoleh dari sumber lokal yang memiliki citarasa yang sesuai dengan selernya.

Salah satu dukungan terhadap kuliner khas minuman tradisional Dawet Ayu dikembangkan dengan bangunan usaha Omah Dawet Ayu Banjarnegara. Masyarakat yang berkunjung ke Omah Dawet Ayu Banjarnegara, selain dapat menikmati cita rasa Dawet Ayu, dapat melihat langsung pembuatannya atau malah bisa ikut praktik membuat dawet ayu sebagai salah satu bentuk atraksi.



11) Musik

Sub sektor musik merupakan segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik. Subsektor musik adalah salah satu bagian penting dalam ekonomi kreatif yang melibatkan penciptaan, produksi, distribusi, dan konsumsi musik dalam berbagai bentuk. Musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk menyampaikan pesan, membangun identitas budaya, dan menciptakan nilai ekonomi yang signifikan.

Sub sektor musik di Kabupaten Banjarnegara yang tercatat dalam data ekonomi kreatif ada sebanyak 16 pelaku. Jumlah tersebut tersebar di 8 kecamatan, yaitu Kecamatan Banjarnegara, Kalibening, Pagentan, Pejawaran, Punggelan, Purwonegoro, Susukan dan Wanayasa. Adapun tenaga kerja yang terlibat dalam sub sektor musik sebanyak 194 orang. Gambaran sebaran sub sektor musik selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.11
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Musik Kabupaten
Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1.	D'brothers Music	Kutabajar	Banjarnegara	15
2.	Abama	Susukan	Susukan	1
3.	Sukirman	Punggelan	Punggelan	1
4.	Zavica (Orkes Melayu)	Punggelan	Punggelan	10
5.	Yoga Music (Organ Tunggal)	Jembangan	Punggelan	4
6.	Rgs Audio Pro	Dawuhan	Wanayasa	3
7.	Jc Band	Bondolharjo	Punggelan	3
8.	Gubug Angklung	Bondolharjo	Punggelan	54
9.	Maryono Musik	Pejawaran	Pejawaran	32
10.	Maryono Musik	Pejawaran	Pejawaran	32
11.	Nuansa Music Official	Kepatihan	Banjarnegara	5
12.	Gusdian Entertainment	Parakancangah	Banjarnegara	15
13.	Herudeddy	Kalibening	Kalibening	1
14.	KN STUDIO	Pagentan	Pagentan	1
15.	Cipta laras entertaimant	Kaliajir	Purwonegoro	15
16.	Ngesti laras	Gumiwang	Purwonegoro	2

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

12) Penerbitan

Sub sektor penerbitan merupakan suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media daring menggunakan perangkat elektronik, ataupun media baru untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.

Sub sektor penerbitan berdasarkan data yang ada pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara

menunjukkan sampai saat ini belum tercatat data dan informasinya.

13) Periklanan

Sub sektor periklanan merupakan suatu usaha dalam bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasarannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa. Jumlah pelaku ekonomi kreatif pada sub sektor periklanan yang tercatat saat ini baru 1 pelaku.

Tabel 2.12
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Periklanan Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1.	Indo Karya Tama Perkasa	Piasa Wetan	Susukan	4

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

14) Seni Pertunjukan

Sub sektor seni pertunjukan merupakan cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (performers), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (audiences); baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tari; yang terjadi secara langsung (live) di dalam ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (hic et nunc).

Sub sektor seni pertunjukan di Kabupaten Banjarnegara tumbuh dan berkembang di beberapa kecamatan. Tercatat ada 10 pelaku usaha pada sub sektor seni pertunjukan dengan jumlah tenaga kerja yang terlibat di dalamnya mencapai 190 orang. Gambaran sebaran sub sektor seni pertunjukan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.13
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Seni Pertunjukan
Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1.	Langgeng Wedding Organizer	Pakikiran	Susukan	11
2.	Winong Lodrajaya	Winong	Bawang	16
3.	Wahyu Turonggo Budaya	Punggelan	Punggelan	30
4.	Septi Melanie Koreografer	Gunung Langit	Kalibening	1
5.	Kuda Lumping Mega Laras	Tanjung Anom	Rakit	40
6.	Dewi Arum	Panawaren	Sigaluh	26
7.	Satriakoreografer	Beji	Pandanarum	1
8.	Danu Atau Inez Cl	Lawen	Pandanarum	1
9.	Ngudi laras	Glempang	Mandiraja	4
10.	Jenggawur Art Festival	Jenggawur	Banjarmangu	60

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

15) Seni Rupa

Sub sektor penerbitan merupakan suatu usaha seni rupa merupakan penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya. Sub sektor seni rupa di Kabupaten Banjarnegara tercatat berada di 5 kecamatan. Jumlah pelaku kreatif pada sub sektor seni rupa sebanyak 5 pelaku usaha dengan jumlah tenaga kerja yang terlibat di dalamnya mencapai 6 orang. Gambaran sebaran sub sektor seni rupa selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.14
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Seni Rupa Kabupaten
Banjarnegara Tahun 2023

No	Merk / Brand	Alamat		Jumlah Tenaga Kerja
		Desa/ Kelurahan	Kecamatan	
1.	Zetlis	Dawuhan	Wanayasa	1
2.	Wono Art	Badakarya	Punggelan	1
3.	Berkah Seni	Bondolharjo	Punggelan	1
4.	Joyo lumintu	Gumiwang	Purwonegoro	2
5.	Ori Aquatic Plant	Sijeruk	Banjarmangu	1

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. 2024

16) Televisi Dan Radio

Sub sektor televisi dan radio di Kabupaten Banjarnegara yang tersedia adalah pada bidang penyiaran radio. Sub sektor ini merupakan kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik 1 secara teratur dan berkesinambungan. Adapun jumlah radio yang tercatat saat ini ada 8 radio dengan rincian seperti yang tertuang pada tabel berikut.

Tabel 2.15
Pelaku Ekonomi Kreatif Sub Sektor Televisi dan Radio
Kabupaten Banjarnegara Tahun 2023

No	Nama Radio	Frekuensi	Jaringan
1	Pop FM	90,2 FM	CPP Radionet
2	Banjar FM	93,4 FM	Independen
3	Radio Maliu FM	96,9 FM	JYB Group
4	Radio Swadesi	97,7 FM	Independen
5	Radio Radesatama FM	100,1 FM	Independen
6	LPPL Radio Suara Banjarnegara	104,4 FM	KBR, Persada ID dan RRI Programa 1

No	Nama Radio	Frekuensi	Jaringan
7	Hika FM	107,2 FM	Independen
8	Cakra FM (Radio komunitas)	107,7 FM	Independen

Kelembagaan ekonomi kreatif merujuk pada struktur dan sistem yang mendukung pertumbuhan dan pengembangan industri kreatif. Pada tataran Pemerintah Kabupaten Banjarnegara, pengelolaan ekonomi kreatif berada di bawah tanggungjawab Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif, Pemerintah Kabupaten Banjarnegara membentuk Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara. Dasar pembentukan komite ekonomi kreatif dalam rangka mendorong pembangunan ekonomi di Kabupaten Banjarnegara perlu dilakukan pengembangan kegiatan ekonomi kreatif sebagai sektor yang potensial dan mempunyai dampak pengganda (multiplier effect) bagi pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banjarnegara. Selain itu, dalam rangka peningkatan efektifitas dan efisiensi pengembangan ekonomi kreatif, pembentukan komite ekonomi kreatif sebagai wadah yang mampu menjembatani serta memfasilitasi berbagai pemangku kepentingan ekonomi kreatif.

Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara dibentuk pada tahun 2020 melalui Surat Keputusan Bupati Banjarnegara Nomor 556/797 tentang Pembentukan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara Tahun 2020-2025. Tugas dari komite ekonomi kreatif adalah membantu Bupati Banjarnegara dalam penyusunan kebijakan, pengembangan dan mengarahkan serta mengawal pelaksanaan program aksi ekonomi kreatif Kabupaten Banjarnegara. Dalam melaksanakan tugas, Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara mempunyai fungsi sebagai berikut:

- Penguatan Kelembagaan perangkat daerah yang membidangi ekonomi kreatif.

- Pengungkitan potensi ekonomi kreatif dan pemberdayaan ekonomi kreatif.
- Menumbuhkembangkan kreativitas dan pemanfaatan iptek, seni, dan budaya pengembangan potensi lokal.
- Mendorong partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan produksi kreatif lokal
- Peningkatan pemasaran dan promosi karya kreatif.
- Penguatan iklim usaha yang kondusif.

Susunan komite ekonomi kreatif yang tertuang dalam Surat Keputusan Bupati Banjarnegara Nomor 556/797 tahun 2020 adalah sebagai berikut:

1) Komite Ekonomi Kreatif

a) Pembina

Melaksanakan pembinaan dan penetapan kebijakan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

b) Wakil Pembina

Membantu Pembina dalam pembinaan dan penetapan kebijakan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

c) Penanggung Jawab

Mengkoordinir semua kegiatan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

d) Wakil Penanggungjawab

Membantu Penanggungjawab untuk mengkoordinir semua kegiatan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

e) Ketua Komite

- Memimpin Komite sesuai dengan tugas dan fungsi Komite;
- Memandu penyusunan program kerja komite ekonomi kreatif;
- Memandu perumusan pranata yang terkait dengan kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif; dan

- Melaporkan hasil kegiatan dan evaluasi Komite kepada Bupati Banjarnegara;
- f) Wakil Ketua Komite
- Membantu Ketua Komite dalam memandu penyusunan program kerja dan memandu perumusan pranata yang terkait dengan kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif.
- g) Sekretaris Komite
- Mengkoordinasikan ketatalaksanaan Komite;
 - Menyusun rencana kerja Komite; dan
 - Melaporkan dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan kegiatan Komite;
- h) Wakil Sekretaris Komite
- Membantu Sekretaris Komite untuk mengkoordinasikan ketatalaksanaan dan menyusun kerja komite.
- i) Anggota Komite
- Memberikan saran dan masukan kepada Ketua Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara;
 - Menyiapkan bahan perumusan pranata sesuai tugas dan fungsi instansi masing-masing terkait dengan penyusunan kebijakan dan strategi ekonomi kreatif; dan
 - Melaporkan pelaksanaan tugas kepada Ketua Komite.

2) Pelaksana Komite:

- a) Ketua Pelaksana
- Membuat perencanaan dan Evaluasi Kegiatan Komite Ekonomi Kreatif;
 - Mengawal dan Mensinergikan program kerja yang disusun masing-masing bidang untuk mencapai target kerja Komite Ekonomi Kreatif;
 - Melaporkan hasil kegiatan Ekonomi Kreatif kepada Ketua Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

- b) Wakil Ketua Pelaksana
- Membantu Ketua Pelaksana dalam membuat perencanaan kegiatan dan program untuk masing-masing bidang didalam Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara;
 - Membantu Ketua Pelaksana dalam mengevaluasi kegiatan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.
- c) Sekretaris Pelaksana
- Membantu Kegiatan Administrasi Komite Ekonomi Kreatif;
 - Mengumpulkan program kerja antar bidang dan membuat laporan kerja serta hasil kegiatan Komite Ekonomi Kreatif; dan
 - Mendokumentasikan kegiatan internal dan eksternal Komite Ekonomi Kreatif.
- d) Bidang Penelitian dan Data Ekonomi Kreatif yang berhubungan Ekonomi Kreatif
- Mengerjakan penelitian dengan pengembangan Kabupaten Banjarnegara;
 - Mengidentifikasi data pelaku Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara;
 - Mengidentifikasi data sarana dan prasarana yang dibutuhkan 17 sub sektor Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara;
 - Memetakan kebutuhan mendukung rantai nilai Ekonomi Kreatif dan kreasi, konsumsi dan konservasi;
 - Mengkomunikasikan hasil peta ekosistem dengan para pemangku kepentingan yang memiliki tujuan yang sama untuk mengembangkan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

e) Bidang Kebijakan Ekonomi Kreatif

- Merumuskan regulasi dan kebijakan yang mendukung pengembangan ekosistem dan aspirasi dan kajian yang bersumber dari pelaku ekonomi kreatif dan para pemangku kepentingan lainnya;
- Mensosialisasikan regulasi dan kebijakan dengan para pemangku kepentingan;
- Mendorong hasil regulasi dan kebijakan Ekonomi Kreatif yang strategis untuk menjadi produk hukum / aturan yang berkelanjutan dapat berupa peraturan daerah, peraturan bupati dan lainnya; dan
- Melakukan sinkronisasi regulasi dan kebijakan Ekonomi Kreatif yang ada di tingkat Pemerintah Kabupaten, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Pusat

f) Bidang Kerjasama dan Jejaring Ekonomi Kreatif

- Menyusun program kerjasama dengan pelaku ekonomi kreatif dan para pemangku kepentingan untuk mendukung ekosistem ekonomi kreatif Kabupaten Banjarnegara;
- Melakukan upaya sinergi dan kolaborasi 6 sektor diantaranya Pemerintah, Akademisi, Pengusaha, Perbankan, Komunitas dan Media untuk mendukung pengembangan ekosistem Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara; dan
- Mengembangkan Jejaring Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara yang mendukung kegiatan Komite, dalam upaya peningkatan nilai transaksi Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara di Tingkat Regional, Nasional dan International.

g) Bidang Pengembangan Program Ekonomi Kreatif

- Merumuskan pengembangan dan mengaktifasi program strategi untuk memperkuat ekosistem Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara;
- Mensinergikan program ekonomi kreatif dengan 17 sub sektor Komunitas Ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara; dan
- Mensinergikan Pengembangan Program Komite Ekonomi Kreatif dengan program atau kegiatan pada Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Banjarnegara dan Badan Ekonomi Kreatif.

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap jumlah pelaku ekonomi kreatif, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif. Permasalahan ini menjadi kendala bagi pelaku ekonomi kreatif dalam mengembangkan produk kreatif yang lebih inovatif dan memiliki daya saing lebih tinggi. Adapun beberapa permasalahan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara berdasarkan masing-masing sub sektor adalah sebagai berikut:

Tabel 2.16
Identifikasi Permasalahan Berdasarkan Sub Sektor Ekonomi Kreatif

No	Sub Sektor	Permasalahan
1	Aplikasi	<ul style="list-style-type: none">▪ Kurangnya pemanfaatan dan penghargaan dari institusi pemerintah terhadap SDM pelaku aplikasi▪ Keterbatasan infrastruktur pendidikan teknologi yang memadai▪ Belum optimalnya pendidikan dan pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan di bidang aplikasi digital▪ Kurangnya pemahaman mengenai model bisnis aplikasi

No	Sub Sektor	Permasalahan
2	Arsitektur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masih kurangnya pemahaman terhadap fungsi arsitektur sehingga menganggap arsitektur hanya sebagai aspek teknis pembangunan, bukan sebagai karya kreatif dan estetis yang memiliki nilai. ▪ Masih terbatasnya SDM arsitektur yang mampu menghasilkan karya arsitektur yang berkualitas.
3	Desain Interior	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masih kurangnya pemahaman terhadap nilai desain interior, menganggap desain interior sebagai hal yang sekunder dan kurang penting dibandingkan aspek lain dalam pembangunan atau renovasi bangunan.
4	Desain Komunikasi Visual	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kurangnya pemanfaatan dan penghargaan dari institusi pemerintah terhadap pemanfaatan Desain Komunikasi Visual ▪ Kurangnya pemahaman dan perlindungan HKI di kalangan pelaku bisnis dan masyarakat terhadap karya-karya Desain Komunikasi Visual ▪ Pelaku pemula Desain Komunikasi Visual sering kesulitan mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan keterampilan mereka, terutama jika belum memiliki pengalaman cukup. ▪ Investasi tinggi untuk peralatan Desain Komunikasi Visual
5	Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akses ke pendidikan dan pelatihan desain produk yang berkualitas bisa terbatas ▪ Kurangnya dukungan terhadap Hak Cipta dan Perlindungan Karya. ▪ Kurangnya inovasi dalam menghadapi persaingan dan perkembangan teknologi.
6	Fesyen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam pemasaran, branding, dan penggunaan platform digital untuk menjangkau konsumen.

No	Sub Sektor	Permasalahan
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akses pembiayaan dari lembaga keuangan karena kurangnya jaminan atau kelayakan kredit.
7	Film, Animasi & Video	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proyek film, animasi, dan video memerlukan biaya produksi yang tinggi ▪ Investasi tinggi untuk peralatan Film, Animasi & Video ▪ Kurangnya pemanfaatan dan penghargaan dari institusi pemerintah terhadap pemanfaatan Film, Animasi & Video
8	Fotografi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persaingan harga yang tidak terkendali terutama dalam menghadapi preferensi konsumen
9	Kriya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regenerasi pengrajin sering kali terhambat oleh kurangnya minat generasi muda untuk terlibat dalam industri kriya ▪ Masih rendahnya jaringan kemitraan dalam pengembangan produk ▪ Kurangnya kesadaran terhadap penghargaan karya yang dihasilkan ▪ Kurangnya pemahaman tentang tren desain terkini dan inovasi produk sering membuat produk kriya tidak mampu bersaing dengan produk serupa
10	Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lemahnya promosi terhadap keberadaan fasilitas kuliner yang disediakan oleh pemerintah ▪ Harga bahan baku yang fluktuatif dan distribusi yang tidak merata ▪ Ketersediaan bahan baku yang berkualitas dan berkelanjutan, terutama untuk produk yang bergantung pada bahan lokal atau musiman ▪ Pengemasan produk yang kurang menarik dan tidak sesuai standar ▪ Akses pembiayaan dari lembaga keuangan karena kurangnya jaminan atau kelayakan kredit.

No	Sub Sektor	Permasalahan
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam pemasaran, branding, dan penggunaan platform digital untuk menjangkau konsumen.
11	Musik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masih kurangnya ketersediaan fasilitas penunjang untuk mengekspresikan seni musik. ▪ Porses perizinan masih belum responsif terhadap penyelenggaraan event musik.
12	Pengembang Permainan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keterbatasan SDM talenta dalam dunia pengembangan permainan ▪ Daya saing tinggi dalam pengembangan permainan, persaingan game terjadi secara global. ▪ Besarnya investasi dibidang pengembangan permainan.
13	Periklanan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendidikan di bidang periklanan untuk menghasilkan konsep yang lebih inovatif. ▪ Kurangnya minat dibidang periklanan dengan berkembangnya kemampuan masyarakat dalam membuat konten yang informatif dan interaktif yang didukung perkembangan internet dan media komunikasi.
14	Seni Pertunjukan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proyek seni pertunjukan membutuhkan investasi yang besar sehingga sering menjadi kendala dalam pendanaan ▪ Masih terbatasnya pembinaan dan penghargaan terhadap kelompok seni pertunjukan ▪ Terhambatnya regenerasi pelaku seni pertunjukkan lokal ▪ Terbatasnya tempat pertunjukan yang memadai
15	Seni Rupa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masih lemahnya branding seni rupa berbasis budaya daerah

No	Sub Sektor	Permasalahan
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kurangnya akses terhadap galeri dan pameran seni sebagai saluran utama dalam menampilkan karya ▪ Kurangnya dukungan terhadap Hak Cipta dan Perlindungan Karya seni rupa.
16	Televisi dan Radio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belum optimalnya inovasi dalam meningkatkan daya tarik pendengar radio di era pesatnya perkembangan digital ▪ Peminat radio semakin menurun

Sumber: Hasil survei. 2024, diolah

D. Kajian Terhadap Implikasi Penerapan Sistem Baru yang Akan Diatur dalam Peraturan Daerah Terhadap Aspek Kehidupan Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Aspek Beban Keuangan Daerah

Penerapan Rancangan Peraturan Daerah Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara akan berimplikasi terhadap kehidupan masyarakat, antara lain:

- a. Mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan pekerjaan, dan pendapatan ekspor dari hasil pengembangan ekonomi kreatif.
- b. Mendorong kemajuan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat dari hasil pengembangan ekonomi kreatif.

Rancangan Peraturan Daerah Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara akan berimplikasi terhadap meningkatnya beban keuangan daerah yang akan ditanggung Pemerintah Kabupaten Banjarnegara. Penambahan beban keuangan ini disebabkan karena perlunya aktivitas-aktivitas untuk menunjang pengembangan potensi ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

BAB III

EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, Pasal 14 menyatakan, bahwa Materi muatan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota berisi materi muatan dalam rangka Pelaksanaan otonomi daerah dan tugas pembantuan serta menampung kondisi khusus daerah dan/atau penjabaran lebih lanjut peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi. Pelaksanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara berlandaskan pada peraturan perundang-undangan yang dapat dijadikan *legal standing* dalam membahas, mengkaji, menyusun dan membentuk Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara, yaitu:

A. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, khususnya Pasal 18 ayat (6) yang menyatakan "Pemerintahan daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan", maka menjadi dasar konstitusional bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Banjarnegara dalam merumuskan pengaturan mengenai penataan dan pengembangan Ekonomi Kreatif. Hal tersebut tidak lain karena otonomi dimaknai sebagai mengatur sendiri (*regelen*) dan/atau mengelola/menyelenggarakan sendiri (*besturen*).

B. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sangat diperlukan karena secara khusus belum mengatur pengembangan sektor usaha tersebut menjadi pelaku bisnis

yang mampu menghasilkan produk yang unik dan inovatif. Padahal kemampuan untuk menghasilkan produk unik dan inovatif merupakan modal penting untuk masuk ke pasar yang semakin kompetitif seperti saat ini. Alasan itulah yang mendorong mengapa Kabupaten Banjarnegara perlu mempunyai Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai payung hukum bagi Pemerintah Kabupaten Banjarnegara dalam mendorong UMKM menjadi pelaku usaha yang inovatif. Semua itu karena keberadaan payung hukum yang relevan akan membuat Pemerintah Kabupaten Banjarnegara dapat memfokuskan seluruh kebijakan, program, dan kegiatan bidang pemberdayaan UMKM untuk mewujudkan UMKM Ekonomi Kreatif dengan berbagai produk unik dan inovatifnya.

Selain itu, Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif juga diharapkan dapat menjadi pegangan bagi seluruh stakeholder dalam mendampingi pelaku UMKM di Kabupaten Banjarnegara dalam menghasilkan berbagai produk unik dan inovatif. Tentu semua itu bukan tanpa alasan karena produk unik dan inovatif merupakan salah satu prasyarat untuk masuk ke pasar yang semakin kompetitif seperti saat ini. Pasar tidak bisa lagi ditaklukkan hanya dengan menggunakan produk yang sifatnya generik.

Evaluasi dan analisis terhadap UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM terkait dengan relevansi peraturan perundang-undangan ini dengan upaya pemberdayaan UMKM Ekonomi Kreatif, sebagai berikut:

Pasal 4:

Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

- a. penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri;
- b. perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan;

- c. pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- d. peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan
- e. penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Pasal 4 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas belum secara eksplisit mengatur bahwa, untuk meningkatkan daya saingnya, pelaku UMKM perlu didorong untuk meningkatkan kemampuannya dalam menghasilkan berbagai produk yang unik dan inovatif. Padahal UMKM tidak mungkin lagi menawarkan produk yang cenderung generik dalam pasar yang semakin kompetitif. Untuk itulah program pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan oleh Pemerintah dan stakeholder lainnya harus diarahkan untuk mendorong UMKM menjadi pelaku usaha yang berorientasi pasar. Oleh sebab itu program pemberdayaan yang bisa mendorong kemampuan UMKM untuk menghasilkan produk yang unik dan inovatif menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif.

Pasal 5:

Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

- a. mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
- b. menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
- c. meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Pasal 5 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas sudah menekankan pentingnya UMKM menjadi pelaku usaha yang tangguh dan mandiri. Namun demikian, mengingat peraturan perundang-undangan ini belum secara eksplisit menyebutkan pentingnya upaya untuk menumbuhkan dan mengembangkan pelaku ekonomi kreatif. Padahal persaingan usaha saat ini semakin kompetitif yang menuntut para pelakunya mampu menghasilkan berbagai produk yang unik dan inovatif. Oleh sebab itu program pemberdayaan yang bisa mendorong kemampuan UMKM untuk menghasilkan produk yang unik dan inovatif menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pasal 7:

- 1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek:
 - a. pendanaan;
 - b. sarana dan prasarana;
 - c. informasi usaha;
 - d. kemitraan;
 - e. perizinan usaha;
 - f. kesempatan berusaha;
 - g. promosi dagang; dan
 - h. dukungan kelembagaan.
- 2) Dunia Usaha dan masyarakat berperan serta secara aktif membantu menumbuhkan Iklim Usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 7 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas sudah menekankan pentingnya menciptakan iklim usaha yang kondusif sebagai upaya untuk mendorong perkembangan dan pertumbuhan sektor usaha tersebut. Namun mengingat persaingan usaha yang saat ini tidak lagi dibatasi oleh jarak, tempat, dan waktu (borderless), iklim usaha yang kondusif menjadi variabel yang tidak bisa dikendalikan lagi

oleh Pemerintah (*uncontrolled variabel*). Oleh sebab itu upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menghadapi segala bentuk persaingan pasar menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pasal 16:

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang:
 - a. produksi dan pengolahan;
 - b. pemasaran;
 - c. sumber daya manusia; dan
 - d. desain dan teknologi.
- (2) Dunia usaha, dan masyarakat berperan serta secara aktif melakukan pengembangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pengembangan, prioritas, intensitas, dan jangka waktu pengembangan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 16 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas menjelaskan bahwa program pemberdayaan yang dilakukan oleh Pemerintah sebaiknya fokus pada bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, serta desain dan teknologi. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum secara eksplisit menjelaskan makna fasilitasi pengembangan usaha yang harus dilakukan oleh Pemerintah untuk UMKM. Oleh sebab itu bentuk serta jenis fasilitasi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, serta desain dan teknologi sebaiknya diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pasal 17

Pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf a dilakukan dengan cara:

- a. meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;

- b. memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
- c. mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan; dan
- d. meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan bagi Usaha Menengah.

Pasal 17 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas menjelaskan bahwa UMKM harus menerapkan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahannya. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum menekankan pentingnya sertifikasi untuk proses produksi dan pengolahannya. Padahal saat ini sertifikasi telah menjadi tuntutan pasar, baik pasar lokal, regional, maupun global. Oleh sebab itu sertifikasi aspek produksi dan pengolahan sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pasal 18

Pengembangan dalam bidang pemasaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf b dilakukan dengan cara:

- a. melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran;
- b. menyebarluaskan informasi pasar;
- c. meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran;
- d. menyediakan sarana pemasaran yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang, dan promosi Usaha Mikro dan Kecil;
- e. memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi; dan
- f. menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

Pasal 18 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas menjelaskan bahwa pentingnya teknik dan metode pemasaran modern

bagi UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum menekankan pentingnya standarisasi pemasaran bagi pelaku UMKM, khususnya ketika memasarkan produk-produknya melalui platform digital sesuai dengan perkembangan pasar saat ini. Oleh sebab itu standarisasi pemasaran sektor usaha tersebut menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pasal 19

Pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

- a. memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan;
- b. meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
- c. membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk, melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Pasal 19 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas menjelaskan bahwa kemampuan manajerial bagi para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya, sehingga dibutuhkan program-program pemberdayaan untuk meningkatkan kemampuan manajerial bagi para pelaku UMKM. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum secara spesifik menekankan kemampuan manajerial apa saja yang diperlukan oleh para pelaku UMKM agar program pemberdayaan UMKM dapat dilakukan lebih terarah. Oleh sebab itu jenis-jenis kemampuan manajerial tersebut m sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pasal 20

Pengembangan dalam bidang desain dan teknologi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf d dilakukan dengan:

- a. meningkatkan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu;
- b. meningkatkan kerjasama dan alih teknologi;

- c. membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk, melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.
- d. meningkatkan kemampuan Usaha Kecil dan Menengah dibidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru;
- e. mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

Pasal 20 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas menjelaskan pentingnya kemampuan untuk mengembangkan desain dan teknologi baru bagi para pelaku UMKM. Regulasi ini juga menjelaskan pentingnya HAKI untuk melindungi desain dan teknologi baru tersebut. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum menekankan pentingnya fasilitasi bagi UMKM untuk mengurus HAKI. Padahal HAKI relatif belum dikenal oleh pelaku UMKM. Oleh sebab itu fasilitasi kepengurusan HAKI menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

C. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

Pasal 4

Kepariwisata bertujuan untuk:

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

Pasal 4 UU No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata antara lain terdapat 4 point utama yang menjadi tujuan pembangunan kepariwisataan. Target pengembangan ekonomi kreatif memiliki tujuan akhir dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menurunkan kemiskinan, menurunkan pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan. Pertumbuhan ekonomi kreatif tidak terlepas dari pembangunan kepariwisataan, di mana sektor pariwisata menjadi salah satu wadah dalam mendukung penciptaan produk-produk kreatif guna mendukung daya tarik wisata. Untuk itu, menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam mendukung peningkatan daya tarik wisata.

Pasal 7

Pembangunan kepariwisataan meliputi:

- a. industri pariwisata;
- b. destinasi pariwisata;
- c. pemasaran
- c. pemasaran; dan
- d. kelembagaan kepariwisataan.

Pasal 7 memberikan ruang bagi industri pariwisata untuk mendukung industri kreatif disekitarnya. Pengembangan destinasi wisata akan menunjang pemasaran berbagai produk kreatif dengan meningkatnya jumlah pengunjung pada destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Banjarnegara. Dalam hal ini, penting sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam mendukung pengembangan industri kreatif pada sekita obyek wisata yang ada di Kabupaten Banjarnegara.

Pasal 14

(1) Usaha pariwisata meliputi, antara lain:

- a. daya tarik wisata;
- b. kawasan pariwisata;
- c. jasa transportasi wisata;
- d. jasa perjalanan wisata;

- e. jasa makanan dan minuman;
- f. penyediaan akomodasi;
- g. penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi;
- h. penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran;
- i. jasa informasi pariwisata;
- j. jasa konsultan pariwisata;
- k. jasa pramuwisata;
- l. wisata tirta; dan
- m. spa

Pasal 14 menjelaskan mengenai berbagai jenis usaha pariwisata yang memberikan nilai ekonomi dalam pengembangan destinasi wisata pada suatu wilayah. Berbagai jenis usaha pariwisata juga memiliki keterkaitan dengan berbagai sub sektor ekonomi kreatif. Untuk itu, menjadi hal penting bagian dari referensi dalam penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara terutama dalam pengembangan ekonomi kreatif pada sub sektor kuliner dan seni pertunjukkan.

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

Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang, menjadi landasan utama dalam pengembangan ekonomi kreatif di daerah. Hal tersebut tidak terlepas dari kewenangan yang ada dalam undang-undang tersebut dalam pengembangan ekonomi kreatif. Kewenangan dimaksud yaitu:

NO	SUB URUSAN	PEMERINTAH PUSAT	DAERAH PROVINSI	DAERAH KABUPATEN/KOTA
1	2	3	4	5
2.	Finansiasi Pariwisata	Finansiasi pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata nasional.	Finansiasi pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata provinsi.	Finansiasi pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota.
3.	Pengembangan Ekonomi Kreatif melalui Pemanfaatan dan Perlindungan Jasa Keleystan intelektual	Pengembangan skema-kategori analitis yang ditanggapi dengan kriteria.	Penyediaan sarana dan prasarana kota kreatif.	Penyediaan prasarana (ruang kreatif/ruang kreatif/kota kreatif) sebagai ruang beresapresi, berpromosi dan berinovasi. Insya inkan kreatif di Daerah kabupaten/kota.
4.	Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Keahlian Kreatif	Pengembangan, pengelolaan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan ekonomi kreatif tingkat lanjut ahli.	Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat lanjut.	Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat lanjut.

Atas kewenangan yang tertuang dalam UU No 23 tahun 2014, maka menjadi suatu yang sangat penting kewenangan yang tercantum dalam undang-undang tersebut untuk menjadi dasar dalam pengaturan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

E. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Hak Cipta merupakan salah satu bagian dari kekayaan intelektual yang memiliki ruang lingkup objek dilindungi paling luas, karena mencakup ilmu pengetahuan, seni dan sastra (*art and literary*) yang didalamnya mencakup pula program komputer. Perkembangan ekonomi kreatif yang menjadi salah satu andalan Indonesia dan berbagai negara dan berkembang pesatnya TIK mengharuskan adanya pembaruan UU tentang Hak Cipta, mengingat Hak Cipta menjadi basis terpenting dari ekonomi kreatif nasional. Dengan UU tentang Hak Cipta yang memenuhi unsur perlindungan dan pengembangan ekonomi kreatif ini maka diharapkan kontribusi sektor Hak Cipta dan Hak Terkait bagi perekonomian negara dapat lebih optimal.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi salah satu variabel dalam Undang-Undang tentang Hak Cipta ini, mengingat teknologi informasi dan komunikasi di satu sisi memiliki peran strategis dalam pengembangan Hak Cipta, tetapi di sisi lain juga menjadialat untuk pelanggaran hukum di bidang ini. Pengaturan yang

proporsional sangat diperlukan, agar fungsi positif dapat dioptimalkan dan dampak negatifnya dapat diminimalkan.

Pasal 31

Kecuali terbukti sebaliknya, yang dianggap sebagai Pencipta, yaitu Orang yang namanya:

- a. disebut dalam Ciptaan;
- b. dinyatakan sebagai Pencipta pada suatu Ciptaan;
- c. disebutkan dalam surat pencatatan Ciptaan; dan/atau
- d. tercantum dalam daftar umum Ciptaan sebagai Pencipta.

Pasal 31 UU Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta di atas menyebutkan bahwa pihak yang dianggap sebagai pencipta adalah orang yang namanya disebut dalam ciptaan. Padahal pelaku ekonomi kreatif relatif tidak cukup tertib dalam mengadministrasi berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, termasuk produk yang diciptakannya. Maka tidak mengherankan beberapa ciptaan pelaku usaha justru diakui dan didaftarkan sebagai HAKI oleh pihak lain. Oleh sebab itu pendampingan terhadap pelaku ekonomi kreatif agar mengadministrasi dan segera mendaftarkan semua ciptaannya sebagai HAKI menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

F. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten

Hak paten atau hak eksklusif merupakan hak kepemilikan yang diberikan Pemerintah bagi individu atas hasil karyanya dalam bidang teknologi selama waktu tertentu. Selain itu, hak ini merupakan mempersembahkan kebebasan kepada seseorang untuk menjalankan sendiri penemuannya. Kebebasan ini juga sudah dilengkapi dengan perlindungan hukum terhadap kemungkinan terjadinya peniruan oleh pihak-pihak tertentu. Oleh sebab itu, dengan hak paten, penemu dapat memberikan wawasan pengetahuan untuk kemajuan dalam masyarakat.

Hak paten sebenarnya sangat penting bagi pelaku ekonomi kreatif untuk melindungi hasil karya produk usaha tersebut dari plagiarisme. Hal ini tampak dari beberapa kasus yang pernah terjadi, dimana pelaku ekonomi kreatif terpaksa kehilangan haknya karena ada pihak lain yang mendaftarkan berbagai produk ciptaan pelaku ekonomi kreatif lebih dahulu. Ada beberapa alasan yang mendasari terjadinya kasus-kasus tersebut, pertama, ketidaktahuan pelaku ekonomi kreatif akan pentingnya mendaftarkan ciptaannya sebagai HAKI. Kedua, sulitnya proses yang harus ditempuh pelaku ekonomi kreatif untuk memperoleh HAKI untuk ciptanya.

Pasal 24

- (1) Paten diberikan berdasarkan Permohonan.
- (2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan oleh Pemohon atau Kuasanya kepada Menteri secara tertulis dalam Bahasa Indonesia dengan membayar biaya.
- (3) Setiap Permohonan diajukan untuk satu Invensi atau beberapa Invensi yang merupakan satu kesatuan Invensi yang saling berkaitan.
- (4) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat diajukan baik secara elektronik maupun non elektronik.

Pasal 24 UU Nomor 13 Tahun 2016 tentang Paten di atas menyebutkan bahwa paten akan diberikan berdasarkan permohonan yang diajukan oleh pelaku usaha, lembaga pendidikan, dan lembaga penelitian dan pengembangan pemerintah melalui klinik kekayaan intelektual atau sentra kekayaan intelektual. Namun demikian proses permohonan semacam itu membutuhkan persyaratan administrasi tertentu, padahal pelaku ekonomi kreatif tidak cukup tertib dalam mengadministrasi berbagai aspek yang terkait dengan usahanya. Oleh sebab itu pendampingan untuk pelaku ekonomi kreatif dalam memenuhi persyaratan administrasi pengurusan HAKI menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

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

Pasal 4

Pemajuan Kebudayaan bertujuan untuk:

- a. mengembangkan nilai-nilai luhur budaya bangsa;
- b. memperkaya keberagaman budaya;
- c. memperteguh jati diri bangsa;
- d. memperteguh persatuan dan kesatuan bangsa;
- e. mencerdaskan kehidupan bangsa;
- f. meningkatkan citra bangsa;
- g. mewujudkan masyarakat madani;
- h. meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- i. melestarikan warisan budaya bangsa; dan
- j. mempengaruhi arah perkembangan peradaban dunia, sehingga Kebudayaan menjadi haluan pembangunan nasional.

Pasal 5

Objek Pemajuan Kebudayaan meliputi:

- a. tradisi lisan;
- b. manuskrip;
- c. adat istiadat;
- d. ritus;
- e. pengetahuan tradisional;
- f. teknologi tradisional;
- g. seni;
- h. bahasa;
- i. permainan rakyat; dan
- j. olahraga tradisional.

Pasal 4 dan 5 UU No. 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Budaya menjadi dasar bahwa penataan dan pengembangan ekonomi kreatif tidak dapat dilepaskan dari nilai budaya yang ada di daerah. Pengembangan ekonomi kreatif dengan memanfaatkan nilai budaya

daerah akan memiliki nilai tambah tersendiri dan menjadi pembeda dengan daerah lain. Dengan demikian, Rancangan Peraturan Daerah tentang Penataan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif pun didasarkan pada nilai kebudayaan sebagai ciri khas daerah Kabupaten Banjarnegara, sehingga diharapkan memiliki keunikan ataupun tidak boleh melupakan nilai luhur kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

H. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif secara nasional didukung dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), mengembangkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sampai dengan mengeluarkan UU Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Dimana UU Nomor 24 Tahun 2019 tersebut mengatur seluruh aspek yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif di negara ini. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini ternyata belum secara eksplisit mengatur UMKM Ekonomi Kreatif sebagai bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. UU Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif baru mengatur semua usaha secara umum tanpa membedakan UMKM dan usaha besar. Padahal kedua sektor usaha ini mempunyai karakteristik yang berbeda antara satu dengan yang lain. Oleh sebab itu sangat tepat jika Kabupaten Banjarnegara menyusun Raperda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara sebagai payung hukum pengembangan sektor usaha tersebut sebagai pelaku ekonomi kreatif di tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Pasal 5

Setiap Pelaku Ekonomi Kreatif berhak memperoleh dukungan dari Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah melalui pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif.

Pasal 6

Pelaku Ekonomi Kreatif terdiri atas:

- a. pelaku kreasi; dan

b. pengelola kekayaan intelektual.

Pasal 5 dan Pasal 6 UU Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif di atas menjelaskan Pemerintah harus memberikan dukungan kepada setiap pelaku ekonomi kreatif. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum menyebutkan secara eksplisit siapa yang disebut sebagai pelaku ekonomi kreatif. Padahal menguraikan setiap pihak yang dikategorikan sebagai pelaku ekonomi kreatif dapat membuat berbagai program pemberdayaan yang dilakukan oleh Pemerintah dan stakeholder dapat dilaksanakan dengan tepat sasaran. Oleh sebab itu membuat karakteristik sebagai ciri pelaku ekonomi kreatif menjadi sangat penting untuk dilakukan dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pasal 7

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah melakukan pengembangan kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif melalui:

- a. pelatihan, pembimbingan teknis, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial Pelaku Ekonomi Kreatif;
- b. dukungan fasilitasi untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha; dan
- c. standardisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang Ekonomi Kreatif.

Pasal 7 dan Pasal 6 UU Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif di atas menjelaskan Pemerintah harus memberikan fasilitasi adopsi teknologi maupun standarisasi. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum secara eksplisit menekankan pentingnya pemanfaatan TIK bagi UMKM dalam memasarkan produk-produknya. Padahal TIK saat ini sudah menjadi kebutuhan utama dalam dunia bisnis mengingat pasar yang tidak lagi dibatasi dengan jarak, tempat, dan waktu. Oleh sebab itu pemanfaatan TIK untuk memasarkan produk UMKM menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif.

I. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Peraturan Pemerintah adalah aturan pelaksanaan untuk menjalankan ketentuan UU yang ditetapkan oleh Pemerintah. Demikian juga dengan PP Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang merupakan aturan pelaksanaan untuk menjalankan ketentuan yang diatur dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Oleh sebab itu, sebagaimana evaluasi yang telah dilakukan terhadap UU Nomor 20 Tahun 2008, bagian ini juga akan mengevaluasi beberapa pasal dalam PP Nomor 17 Tahun 2013 apakah sudah mengatur UMKM sebagai pelaku usaha ekonomi kreatif.

Evaluasi terhadap PP Nomor 17 Tahun 2013 juga penting dilakukan mengingat regulasi ini merupakan peraturan yang berisi ketentuan yang diamanatkan dalam sebuah UU untuk melaksanakan semua aspek yang sudah diatur dalam UU tersebut. Alasan inilah yang membuat aturan dalam PP dibuat menjadi lebih terinci dan operasional dibandingkan aturan yang ada dalam UU.

Pasal 4

- (1) Fasilitasi pengembangan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat huruf a dilakukan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah.
- (2) Fasilitasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumberdaya manusia, serta desain dan teknologi.

Pasal 4 PP Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM di atas bahwa Pemerintah Daerah harus memfasilitasi UMKM dalam mengembangkan kemampuan produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum menekankan pentingnya Pemda untuk memfasilitasi UMKM dalam

mengadopsi TIK. Padahal pemanfaatan TIK dalam bisnis merupakan prasyarat mutlak untuk memasuki pasar yang semakin tidak mengenal jarak, tempat, dan waktu. Oleh sebab itu fasilitasi adopsi TIK bagi UMKM menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Selain itu Pasal 4 PP Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM juga belum secara khusus mengatur pentingnya standarisasi produk, produksi, dan pemasaran bagi UMKM. Padahal standarisasi merupakan salah satu prasyarat utama untuk masuk kedalam pasar yang semakin kompetitif seperti saat ini ketika persaingan tidak lagi sebatas pada pasar lokal namun juga pasar regional maupun nasional. Oleh sebab itu fasilitasi standarisasi produk, produksi, dan pemasaran bagi UMKM menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif.

Aspek lain yang juga belum diatur dalam Pasal 4 PP Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah sertifikasi produk yang dihasilkan oleh UMKM. Padahal sertifikasi saat ini telah menjadi tuntutan pasar sejalan dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat dalam mengkonsumsi satu produk tertentu. Oleh sebab itu fasilitasi sertifikasi produk yang dihasilkan oleh UMKM menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif.

Faktor lain yang belum dibahas dalam Pasal 4 PP Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah HAKI untuk produk-produk yang dihasilkan UMKM. Padahal HAKI sangat diperlukan untuk melindungi ide dan gagasan, menghindari kemungkinan sengketa, menciptakan keunggulan kompetitif bagi produknya, sampai dengan untuk menarik investor. Oleh sebab itu fasilitasi kepengurusan HAKI bagi UMKM menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

J. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif

Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif ini mengatur mengenai pembiayaan Ekonomi Kreatif, pemasaran produk Ekonomi Kreatif berbasis Kekayaan Intelektual, infrastruktur Ekonomi Kreatif, insentif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif, tanggung jawab Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah serta peran serta masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Kreatif, dan penyelesaian sengketa Pembiayaan. Pembiayaan ekonomi kreatif bersumber dari APBN, APBD, dan/atau sumber lainnya yang sah. Dalam pengembangan ekonomi kreatif, pemerintah dan/atau pemerintah daerah dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, dan/atau media.

Evaluasi terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 menjadi penting dilakukan mengingat regulasi ini merupakan peraturan yang berisi ketentuan yang diamanatkan dalam sebuah UU untuk melaksanakan semua aspek yang sudah diatur dalam UU tersebut. Alasan inilah yang membuat aturan dalam PP dibuat menjadi lebih terinci dan operasional dibandingkan aturan yang ada dalam UU, sehingga unsur-unsur yang ada dalam peraturan pemerintah tersebut perlu menjadi acuan dalam pengaturan Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara.

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

Arah kebijakan pengembangan ekonomi kreatif secara nasional dimulai sejak tahun 2018 dengan diekluarkannya Perpres Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025, yang berisi dokumen perencanaan dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif nasional tahun 2018-2025. Ada

beberapa aspek yang diatur dalam peraturan perundang-undangan ini, yaitu tahapan pelaksanaan, pelaksanaan, klasifikasi subsektor ekonomi kreatif, dan sumber pembiayaan.

Namun demikian, seperti regulasi ekonomi kreatif lainnya, Perpres Nomor 142 Tahun 2018 belum secara spesifik menjabarkan kriteria tertentu yang menjadi acuan bahwa sebagai salah satu pelaku usaha ekonomi kreatif. Padahal penyebutan subyek dalam sebuah regulasi sangat penting untuk memastikan semua sumberdaya akan digunakan tepat pada sasarannya. Oleh sebab itu bagian ini akan mengevaluasi Perpres Nomor 142 Tahun 2018 apakah sudah mengatur secara rinci subyek regulasi tersebut sebagai dasar untuk penyusunan Raperda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara.

Pasal 2

Rindekraf merupakan pedoman bagi Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Kabupaten/Kota dalam melaksanakan pengembangan Ekonomi Kreatif nasional. Pasal 2 Perpres Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 di atas merupakan pedoman bagi Pemerintah, termasuk Pemerintah Kabupaten/Kota, dalam mengembangkan ekonomi kreatif secara nasional.

Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum secara eksplisit menyebutkan bahwa ciri-ciri sektor usaha apa saja yang menjadi fokus pengembangan ekonomi kreatif termasuk mengkaitkan dengan pelaku UMKM. Untuk itu, UMKM sebagai subyek pengembangan ekonomi kreatif menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Pasal 5

- (1) Pelaksanaan Rindekraf diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota secara sinergis dengan:
 - a. satuan pendidikan;
 - b. pelaku usaha;

- c. komunitas kreatif; dan
 - d. media komunikasi.
- (2) Untuk efisiensi dan efektivitas pengembangan Ekonomi Kreatif nasional, perencanaan pelaksanaan Rindekraf sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bekerja sama dengan lembaga yang membidangi urusan ekonomi kreatif.
- (3) Koordinasi penyelenggaraan Rindekraf dilaksanakan oleh menteri yang menyelenggarakan koordinasi, sinkronisasi, dan pengendalian urusan kementerian dalam penyelenggaraan pemerintahan di bidang perekonomian, menteri yang menyelenggarakan koordinasi, sinkronisasi, dan pengendalian urusan kementerian dalam penyelenggaraan pemerintahan dibidang kemaritiman, serta menteri yang menyelenggarakan koordinasi, sinkronisasi, dan pengendalian urusan kementerian dalam penyelenggaraan pemerintahan di bidang pembangunan manusia dan kebudayaan.

Pasal 5 Perpres Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 di atas menyebutkan penyelenggara ekonomi kreatif di Indonesia, dimana salah satunya adalah pelaku usaha. Namun demikian peraturan perundang-undangan ini belum secara eksplisit bahwa pelaku usaha yang dimaksudkan adalah siapa, ciri-cirinya seperti apa. Padahal menyebutkan subyek pelaku usaha secara spesifik sangat diperlukan agar seluruh rencana dan kegiatan dapat dilaksanakan dengan tepat. Oleh sebab sebagai subyek pengembangan ekonomi kreatif menjadi sangat penting untuk diatur dalam Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

BAB IV

LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS

A. Landasan Filosofis

Landasan filosofis memberikan gambaran mengenai pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk mempertimbangkan pandangan hidup, kesadaran, dan cita hukum yang meliputi suasana kebatinan serta falsafah bangsa Indonesia yang bersumber dari Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Berkaitan dengan penyusunan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjarnegara, perlu ditinjau tujuan pembentukan Negara Indonesia sebagaimana tercantum dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945, bahwa pemerintahan negara Indonesia dibentuk untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial. Pengembangan ekonomi kreatif terutama mengarah pada upaya perwujudan cita-cita pembangunan nasional yaitu memajukan kesejahteraan umum. Pemerintah daerah harus mampu menggerakkan berbagai instrumen kebijakannya, untuk menciptakan kondisi yang diharapkan yaitu kompetisi, inovasi, dan kreasi untuk mendorong kemajuan ekonomi kreatif sebagai sumber pertumbuhan ekonomi daerah.

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan salah satu bagian dari pembangunan daerah yang terintegrasi dengan pembangunan nasional. Pembangunan dilaksanakan dengan berlandaskan pada Pancasila. Pertama, seluruh lapisan masyarakat agar meletakkan landasan spiritual dan moral dalam pembangunan. Kedua, Peningkatan martabat serta hak dan kewajiban asasi warga negara serta penghapusan ketidakadilan. Ketiga, peningkatan semangat persatuan dan kesatuan bangsa. Keempat,

mengutamakan musyawarah dalam mengambil keputusan, dan Kelima, Pemerataan pembangunan menuju kepada terciptanya kesejahteraan yang berkeadilan bagi seluruh rakyat Indonesia. Mendasarkan pada sila ke-5, maka pengembangan ekonomi kreatif dilaksanakan secara merata, tidak hanya untuk satu golongan atau sebagian dari masyarakat, tetapi untuk seluruh lapisan masyarakat, serta harus benar-benar dirasakan seluruh rakyat sehingga tercipta taraf hidup yang berkeadilan sosial.

B. Landasan Sosiologis

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

Kabupaten Banjarnegara memiliki potensi ekonomi kreatif yang belum dioptimalkan dengan baik dalam mendorong kemajuan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini pemerintah daerah memiliki peran yang sangat strategis sesuai dengan dengan kewenangan yang dimiliki untuk mengembangkan berbagai potensi ekonomi kreatif. Segenap potensi ekonomi kreatif tersebut tentunya harus didayagunakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemajuan daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah Kabupaten Banjarnegara menyusun Peraturan Daerah tentang pengembangan ekonomi kreatif dengan pertimbangan sosiologis bahwa Kabupaten Banjarnegara memiliki potensi ekonomi kreatif yang belum dikembangkan secara optimal untuk mendorong kemajuan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Pemerintah Daerah bertanggung jawab dalam menciptakan dan mengembangkan ekonomi kreatif sehingga mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian dan meningkatkan daya saing global guna tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan;

C. Landasan Yuridis

Landasan yuridis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan bahwa peraturan yang dibentuk untuk mengatasi permasalahan hukum atau mengisi kekosongan hukum dengan mempertimbangkan aturan yang telah ada, yang akan diubah, atau yang akan dicabut guna menjamin kepastian hukum dan rasa keadilan masyarakat. Secara yuridis Ranperda Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara disusun untuk memberikan dasar kepastian hukum kepada Pemerintah Daerah dan pihak terkait dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

Penyusunan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara dilakukan dengan memperhatikan beberapa peraturan sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Propinsi Djawa Tengah;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 109, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4130);
3. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 110, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4131);
4. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93);
5. Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023

- Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 6856);
6. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 4);
 7. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5599);
 8. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 6414);
 9. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 151, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 6802);
 10. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tetang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018- 2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 272);
 11. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 13 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Lembaran Daerah Provinsi Jawa Tengah Tahun 2013 Nomor 12, Tambahan Lembaran Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 58);
 12. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Tengah.

BAB V
JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP MATERI
MUATAN PERATURAN DAERAH

Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara pada akhirnya berfungsi mengarahkan ruang lingkup materi muatan Rancangan Peraturan Daerah.

Ruang lingkup materi dalam Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara diuraikan sebagai berikut:

1. **Ketentuan Umum**, Memuat Rumusan Akademik Mengenai Pengertian Istilah, Dan Frasa, meliputi:
 1. Daerah adalah Kabupaten Banjarnegara.
 2. Pemerintah Daerah adalah Bupati dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintah daerah.
 3. Bupati adalah Bupati Banjarnegara.
 4. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang selanjutnya disebut DPRD adalah Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Banjarnegara.
 5. Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.
 6. Ekosistem Ekonomi Kreatif adalah keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai Ekonomi Kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi, yang dilakukan oleh Pelaku Ekonomi Kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum
 7. Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah segala upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah, dunia usaha, Perguruan Tinggi, dan masyarakat dalam bentuk penciptaan iklim usaha, pembinaan, serta pengembangan Usaha Kreatif dan Industri Kreatif.

8. Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang perseorangan atau kelompok orang warga negara Indonesia atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan Ekonomi Kreatif.
9. Komunitas Kreatif adalah kumpulan individu baik formal maupun informal yang bersama-sama bergerak dalam usaha atau kegiatan Ekonomi Kreatif.
10. Pembiayaan atau kredit yang selanjutnya disebut Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan nonbank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian imbalan berupa bunga atau bagi hasil.
11. Skema Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual adalah skema Pembiayaan yang menjadikan Kekayaan Intelektual sebagai objek jaminan utang bagi lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan nonbank agar dapat memberikan Pembiayaan kepada Pelaku Ekonomi Kreatif
12. Sistem Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual adalah sistem pemasaran yang mengutamakan pemanfaatan Kekayaan Intelektual.
13. Kekayaan Intelektual adalah kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia melalui daya cipta, rasa, dan karsanya yang dapat berupa karya di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.
14. Badan Layanan Umum Daerah yang selanjutnya disingkat BLUD adalah sistem yang diterapkan oleh unit pelaksana teknis dinas/badan daerah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang mempunyai fleksibilitas dalam pola pengelolaan keuangan sebagai pengecualian dari ketentuan pengelolaan daerah pada umumnya.

15. Masyarakat adalah orang perseorangan warga negara Indonesia, kelompok masyarakat, dan/atau Organisasi Kemasyarakatan.

2. Materi yang Akan Diatur

Materi yang akan diatur dalam Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara meliputi:

- a. pendataan dan Sistem Informasi Ekonomi Kreatif;
- b. perencanaan ekonomi kreatif;
- c. pelaku Ekonomi Kreatif;
- d. ekosistem Ekonomi Kreatif;
- e. kerjasama pengembangan Ekonomi Kreatif
- f. peran serta masyarakat di Bidang Ekonomi Kreatif
- g. Badan Layanan Umum Daerah Ekonomi Kreatif
- h. Komite Ekonomi Kreatif
- i. penghargaan;
- j. pengendalian dan evaluasi.

3. Ketentuan Sanksi

Tidak ada

4. Ketentuan Peralihan

Tidak ada.

5. Ketentuan Penutup

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kabupaten Banjarnegara.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari naskah Akademis Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara sebagai berikut:

- 1) Secara filosofis, Pengembangan ekonomi kreatif dilaksanakan dengan berlandaskan pada Pancasila. Pertama, seluruh lapisan masyarakat agar meletakkan landasan spiritual dan moral dalam pembangunan. Kedua, Peningkatan martabat serta hak dan kewajiban asasi warga negara serta penghapusan ketidakadilan. Ketiga, peningkatan semangat persatuan dan kesatuan bangsa. Keempat, mengutamakan musyawarah dalam mengambil keputusan, dan Kelima, Pemerataan pembangunan menuju kepada terciptanya kesejahteraan yang berkeadilan bagi seluruh rakyat Indonesia. Mendasarkan pada sila kelima, maka pengembangan ekonomi kreatif dilaksanakan secara merata, tidak hanya untuk satu golongan atau sebagian dari masyarakat, tetapi untuk seluruh lapisan masyarakat, serta harus benar-benar dirasakan seluruh rakyat sehingga tercipta taraf hidup yang berkeadilan sosial.
- 2) Secara sosiologis, Kabupaten Banjarnegara Kabupaten Banjarnegara memiliki potensi ekonomi kreatif yang belum dikembangkan secara optimal untuk mendorong kemajuan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Pemerintah Daerah bertanggung jawab dalam menciptakan dan mengembangkan ekonomi kreatif sehingga mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian dan meningkatkan daya saing global guna tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan;
- 3) Secara yuridis, Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegara disusun untuk memberikan dasar kepastian hukum kepada Pemerintah Daerah dan pihak terkait dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penyusunan naskah Akademis ini yaitu Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Banjarnegar sangat Penting dijadikan skala prioritas penyusunan Rancangan Peraturan Daerah dalam Program Pembentukan Peraturan Daerah Kabupaten Banjarnegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Department for Culture Media & Sport UK. 2015. Creative Industries Economic Estimates, London: DCMS UK.
- Kementerian Perdagangan. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015, Jakarta: Kementerian Perdagangan RI.
- Marten Bunga. 2019. Model Pembentukan Peraturan Daerah Yang Ideal Dalam Penyelenggaraan Otonomi Daerah. Jurnal Hukum & Pembangunan.
- Rochmat Aldy Purnomo. 2016. Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia, Terbitan Mandiri melalui Nulisbuku.com.
- Yati Nurhayati, Ifrani, and M Yasir Said. 2021. Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Ilmu Hukum', Jurnal Penegakan Hukum Indonesia (JPHI).
- Yuliandri. 2010. Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan yang Baik : Gagasan Pembentukan Undang-Undang Berkelanjutan. Jakarta : Rajawali Pers