# BAB I

###### PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ekonomi kreatif merupakan sebuah ide baru di bidang perekonomian dengan memiliki konsep pengertian yang baru dengan menyatukan inovasi, kreativitas dan imajinasi yang mengutamakan ide, gagasan, dan pengetahuan. Dalam pelaksanaan kegiatannya menggunakan sumber daya manusia sebagai faktor utamanya dan faktor pendukungnya adalah fasilitas yang memadai.

Kota Bandung merupakan Kota yang melaksanakan kegiatan ekonomi kreatif yang dibantu oleh peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif terutama pada sektor kuliner seperti, restoran, kafe, pujasera dan usaha kuliner lainnya. Kegiatan tersebut membawa dampak positif pada perkembangan dan dorongan yang diperkirakan akan meningkatkan ekonomi di Kota Bandung, dimana ekonomi kreatif berperan mendorong pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, dan penerimaan ekspedisi ekspor sehingga dapat berdampak pada peningkatan pendapatan asli daerah secara langsung maupun tidak langsung.

Infrastruktur yang mendukung sektor kuliner kreatif di Bandung sangat beragam, mulai dari lokasi fisik hingga dukungan digitalisasi terkait kuliner. Pusat Kuliner dan Food Court: Banyak terdapat pusat kuliner terpusat, baik yang modern di mal (misalnya, Trans Studio Mall, Paris Van Java) maupun yang tradisional (misalnya Lengkong *Culinary* Night, kuliner Citarum, dan Wisata kuliner Pecinan Klenteng). Selain itu, food court dan pujasera di berbagai area juga menjadi wadah bagi Usaha Mikro Kecil, dan Menengah kuliner. Disbudpar sering berkolaborasi dalam festival kuliner yang memanfaatkan ruang-ruang ini.

Bandung kaya akan kafe dan restoran dengan konsep unik dan desain interior yang kreatif, menawarkan bukan hanya makanan tetapi juga pengalaman. Contohnya, kafe dengan tema vintage, garden, atau art gallery. Infrastruktur ini secara tidak langsung didukung melalui promosi wisata kuliner oleh Disbudpar.

Aplikasi pesan antar makanan (GoFood, GrabFood) dan platform media sosial (Instagram, TikTok) menjadi infrastruktur digital krusial bagi promosi dan penjualan produk kuliner.

Pusat Pelatihan dan Sertifikasi: Berbagai lembaga pendidikan dan pelatihan kuliner (misalnya, NHI Bandung) serta program sertifikasi kebersihan dan halal sangat penting. Disbudpar dapat bersinergi dengan lembaga-lembaga ini untuk meningkatkan kualitas dan standar produk kuliner lokal.

Entertainment berpengaruh pada pelaksanaan pengembangan ekonomi kreatif di bidang kuliner yaitu dengan mengadakan sebuah acara kuliner dengan memberikan hiburan dan pengalaman bagi wisatawan

Festival Kuliner Tahunan yang biasa diadakan oleh komunitas atau Disbudpar aktif menyelenggarakan atau mendukung berbagai festival kuliner skala besar, seperti Bandung Culinary Festival, Braga Culinary Night, atau festival kuliner tematik lainnya. Acara-acara ini menarik ribuan pengunjung, menciptakan hype, dan memberikan panggung bagi inovator kuliner.

Banyak tempat makan menawarkan live music, pertunjukan seni, atau acara khusus seperti stand-up comedy dan poetry reading. Ini mengubah pengalaman makan menjadi lebih dari sekadar mengisi perut, melainkan menjadi bentuk hiburan yang terintegrasi. Disbudpar mempromosikan tempat-tempat ini sebagai bagian dari daya tarik wisata.

Komunitas dan dinas aktif berkolaborasi dengan food blogger/vlogger dan influencer untuk mempromosikan destinasi dan produk kuliner Bandung melalui konten kreatif di media sosial, menciptakan narasi yang menarik seputar kuliner kota.

Ikonik merujuk pada elemen-elemen khas yang membentuk identitas kuliner Bandung. Makanan Khas Tradisional produk kuliner seperti batagor, siomay, mie kocok, sate, gehu, combro, peuyeum, surabi, cireng, dan bandrek adalah ikon kuliner Bandung yang tak tergantikan. Disbudpar berperan dalam melestarikan resep, mempromosikan produk, dan mendorong inovasi tanpa menghilangkan esensi aslinya.

Pusat Oleh-Oleh Kuliner: Keberadaan pusat oleh-oleh dengan produk kuliner khas (misalnya, Kartika Sari, Prima Rasa) juga menjadi ikon. Kawasan Kuliner Legendaris beberapa area seperti Jalan Braga, Jalan Cibadak (kuliner malam), Sudirman Street, atau Cihampelas telah menjadi ikon kuliner dengan sejarah panjang dan ragam pilihan makanan yang unik. Disbudpar aktif dalam revitalisasi dan promosi kawasan-kawasan ini. Bandung terkenal dengan inovasi dalam penyajian dan konsep kafe/restoran yang ikonik, seperti kafe dengan arsitektur unik atau konsep outdoor yang menarik. Ini menciptakan citra bahwa Bandung adalah pelopor tren kuliner.

Tata ruang kota memiliki dampak besar terhadap pengembangan sektor kuliner kreatif. Zonasi Kawasan Kuliner: Pemerintah Kota Bandung, melalui kolaborasi Disbudpar dan dinas terkait (misalnya, Dinas Penataan Ruang), berupaya menetapkan zonasi atau kawasan khusus kuliner. Tujuannya adalah untuk menciptakan klaster kuliner yang terintegrasi, memudahkan akses, dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Contohnya adalah pengembangan food street yang terencana.

Revitalisasi Ruang Publik untuk Kuliner dilakukan Disbudpar mendukung pemanfaatan ruang publik (trotoar lebar, taman kota) untuk kegiatan kuliner, seperti pop-up market atau food truck park. Ini menciptakan suasana yang hidup dan memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM.

Tata ruang yang baik memastikan aksesibilitas yang mudah ke pusat-pusat kuliner, baik dengan kendaraan pribadi, transportasi umum, maupun pejalan kaki. Lokasi yang strategis di dekat destinasi wisata lain juga menjadi pertimbangan penting. Disbudpar sering mempromosikan integrasi antara wisata kuliner dan

destinasi lain.

Mendukung Keberadaan ruang terbuka hijau (RTH) di sekitar area kuliner dapat meningkatkan kenyamanan dan estetika. Banyak kafe atau restoran di Bandung yang memanfaatkan konsep taman atau outdoor dining, menciptakan suasana yang lebih menarik.

Perpaduan yang harmonis antara inovasi rasa, konsep kreatif, dukungan infrastruktur, dan tata ruang yang strategis, sektor kuliner di Bandung terus berkembang pesat dan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan dan masyarakat lokal, dengan Disbudpar Kota Bandung sebagai salah satu motor penggeraknya.

Melihat besarnya potensi yang dimiliki ekonomi kreatif yang telah tumbuh di Kota Bandung, hal tersebut perlu melakukan sebuah usaha untuk meningkatkan subsektor kuliner yang berada di wilayah Kota Bandung. Oleh karena perlu mengadakan sebuah pelatihan dan pengembangan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk bisa bersaing di kancah Nasional dan Internasional serta mengembangkan potensi pelaku ekonomi kreatif pada bidang kuliner baik pendapat daerah maupun masyarakat lokal.

Pada tahun 2023, sebanyak 2.925 pelaku ekonomi kreatif telah menerima pelatihan, meningkat dari 1.710 pelaku ekonomi kreatif pada tahun 2022. Contoh pelaku ekonomi kreatif di Kota Bandung per subsektor di antaranya arsitektur, aplikasi, desain komunikasi, produk, serta interior, musik, fotografi, kuliner, kriya, fashion, seni rupa serta seni pertunjukan, penerbitan, film animasi, iklan, permainan interaktif, dan terakhir televisi radio.

Pelatihan kepada pelaku ekonomi kreatif pada sektor kuliner di Kota Bandung mencapai 1500 unit di tahun 2024. Ekonomi kreatif pada sektor kuliner ini berfokus pada kegiatan produksi, pemasaran, dan penyajian makanan dan minuman serta peningkatan keterampilan dan pengetahuan yang dilakukan oleh pelaku usaha kuliner untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

Pengembangan kegiatan ekonomi kreatif harus melakukan kolaborasi yang memiliki istilah pentahelix sebagai wadah kolaborasi dengan para pemangku kepentingan, ada pemerintah, swasta, masyarakat, akademisi dan komunitas. Hal ini didukung oleh sebuah pernyataan dalam penelitian yang dilakukan oleh Andre

Ariesmansyah (2019) yang berjudul “*Collaborative Governance* pada Program Bandung *Creative Belt* di Kota Bandung”

Data dari web resmi jabarprov.go.id Sistem Informasi Ekonomi Kreatif Kota Bandung Patrakomala, pada tahun 2024 mencatat ada 4.181 pelaku ekonomi kreatif yang terdaftar, dengan 4.156 di antaranya telah terverifikasi oleh Patrakomala. Akan tetapi 25 pelaku ekonomi kreatif lainnya sudah terdata namun belum terverifikasi oleh Patrakomala. Konsolidasi data dengan Online Single Submission (OSS) menghasilkan 56.075 pelaku ekonomi kreatif yang tersebar di berbagai subsektor

Menanggapi hal tersebut, Pemerintah menyiapkan tempat untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif untuk memaksimalkan potensi pelaku ekonomi kreatif pada kemampuan kreativitas dan inovatif di daerah Jawa Barat, khususnya Kota Bandung karena ekonomi kreatif menjadi sektor yang sangat diperhatikan oleh pemerintah di Kota Bandung terutama pada sektor kuliner.

Pemerintah Kota Bandung mengembangkan ekosistem yang mendukung ekonomi kreatif melalui berbagai inisiatif. Creative Workspace (CWS) telah dibentuk di 30 kecamatan untuk menyediakan ruang berkarya bagi pelaku ekonomi kreatif. Selain itu, pemerintah juga memfasilitasi program pelatihan teknis untuk meningkatkan kualitas daya saing pelaku usaha kreatif. Hal tersebut didukung oleh pernyataant resmi dari web jabarprov.go.id

Bandung Creative Hub menjadi tempat dan pusat kegiatan kreatif di Kota Bandung. Gedung ini menjadi rencana dari Pemerintah Kota Bandung guna mengembangkan ide ekonomi kreatif di seluruh wilayah Kota Bandung. Selain itu juga gedung ini sebagai wadah kepada pelaku ekonomi kreatif untuk dapat meningkatkan potensi kemampuan dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Bandung.

Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah arahan dari Visi Departemen Perdagangan RI pada Pengembangan ekonomi Kreatif periode 2009-2025, yaitu

“Bangsa Indonesia yang Berkualitas Hidup dan Bercitra Kreatif di Mata Dunia.” Pada Pencapai visi tersebut salah satu program yang dilaksanakan adalah menumbuhkembangan kawasan-kawasan kreatif di wilayah Indonesia yang memiliki potensi, salah satunya pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bandung.

Visi Departemen tersebut termasuk ke dalam Undang-Undang Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, yang menjelaskan tentang mengatur mengenai pembiayaan Ekonomi Kreatif, pemasaran produk Ekonomi Kreatif berbasis Kekayaan Intelektual, infrastruktur Ekonomi Kreatif, Insentif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif, tanggung jawab Pemerintah dan Pemerintah Daerah serta peran masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Kreatif, dan penyelesaian sengketa Pembiayaan. Pembiayaan ekonomi kreatif bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN), anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD), dan sumber lainnya yang sah. Dalam pengembangan ekonomi kreatif, pemerintah dan pemerintah daerah dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, dan media.

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Bandung pada tahun 2024 terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mengalami kenaikan. Nilai ekonomi kreatif diperkirakan mencapai Rp.641,82 triliun atau sekitar 7 persen dari total PDB dengan tingkat pertumbuhan sebesar 5,76 persen. Sektor-sektor kreatif di Bandung seperti kuliner, fashion, dan kriya terus memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Kota.

Pemerintah Kota Bandung telah memfasilitasi pendaftaran kepada pelaku ekonomi kreatif 762 Hak Kekayaan Intelektual yang telah diberikan. Selain itu, memberikan sertifikasi profesi kepada pelaku ekonomi kreatif sehingga dapat memberikan potensi daya saing dengan pelaku ekonomi kreatif lainnya.

Tidak semuanya para pelaku usaha mendapatkan bantuan dari pemerintah daerah Kota Bandung untuk memfasilitasi mulai dari pelatihan dan anggaran. Hal ini membuat sebagian pelaku usaha subsektor kuliner kalah bersaing dengan para pelaku usaha lainnya yang telah difasilitasi oleh pelaksana kebijakan program tersebut.

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Permenparekraf) Nomor 1 Tahun 2025, mengatur tentang organisasi dan tata kerja *Kementerian*

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Indonesia. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor

24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun

2019 tentang Ekonomi Kreatif. mengatur mengenai pembiayaan Ekonomi Kreatif yang bersumber dari APBN, APBD dan Sumber lainnya yang sah, 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. Dalam pengembangan ekonomi kreatif, pemerintah dan/atau pemerintah daerah dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan, dunia usaha, dunia industri, jejaring komunitas, dan/atau media.

Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2017 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Pasal 3 bertujuan mendorong pertumbuhan daya saing dan kreativitas dan berfungsi untuk mensejahterakan masyarakat Jawa Barat khususnya Kota Bandung.

Peraturan Daerah Kota Bandung No.1 Tahun 2021 tentang Penataan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif yang berbunyi mengembangkan sebuah inovasi, kreativitas, daya saing, dan penciptaan lapangan kerja guna meningkatkan pembangunan perekonomian dan menciptakan masyarakat yang adil dan makmur.

Dilihat pada pasal 16 yang berbunyi “Pengembangan Ekosistem Ekonomi

Kreatif” ini menjadi salah satu kunci pembahasan dalam penelitian ini

Peraturan Daerah ini merupakan salah satu pedoman dalam melakukan kegiatan Penataan serta Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Bandung. Kreativitas yang berdaya saing nasional dan internasional, dapat menciptakan lapangan pekerja baru yang juga memiliki nilai kreatif, seni dan berbudaya.

Dilihat dari peraturan daerah Kota peneliti telah menentukan bahwa permasalahan yang terdapat hal yang tidak sesuai dengan pasal 16 Perda Kota Bandung No.1 Tahun 2021 yaitu tidak meratanya fasilitasi dalam kegiatan Pengembangan kegiatan Ekonomi Kreatif yang dilakukan oleh Akademisi, bisnisis, komunistas, pemerintah, dan media

Kebijakan tersebut berperan untuk mendorong peningkatan daya saing dan kreativitas serta berfungsi untuk mensejahterakan masyarakat Jawa Barat khususnya Kota Bandung, dengan harapan dapat berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, sehingga kebijakan pengembangan ekonomi kreatif ini sangat erat kaitannya dengan permasalahan yang menjadi objek di dalam penelitian ini.

Penelitian ini memilih objek penelitian di Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata Kota Bandung, karena Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota

Bandung merupakan sebuah instansi yang mewadahi kegiatan pengembangan Ekonomi Kreatif khususnya pada sektor kuliner yang memiliki peran dalam meningkatkan Pertumbuhan dan Pemerataan Perekonomian Kota, tentunya dinas tersebut akan memecahkan beberapa masalah yang ada di lapangan, seperti minimnya fasilitas dalam pendidikan dan pelatihan, kurangnya penyediaan modal dan pendanaan, kurangnya penyediaan infrastruktur, dan minimnya media promosi bagi para pelaku ekonomi kreatif.

Penelitian ini juga melakukan survei lapangan pada wilayah jalan Citarum, jalan Lengkong Kecil dan jalan Klenteng, karena wilayah-wilayah tersebut memiliki potensi yang sangat besar dalam pengaruh peningkatan dan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bandung serta menjadi ikonik kuliner Kota Bandung oleh pengunjung wisatawan. Akan tetapi pada wilayah jalan Klenteng berada pada tahap pengembangan dan penataan bagi pelaku Ekonomi kreatif pada sektor kuliner yang akan ditata kembali menjadi wisata tematik bernuansa Budaya Cina. Pelaku ekonomi kreatif yang dipilih yaitu restoran Alas

Daun yang berada di jalan Citarum, Bubur Ayam NCN berada di jalan Lengkong Kecil, dan Ayam Goreng Manis Kang Godeg berada di jalan Klenteng.

Beberapa sektor yang menjadi titik pemusatan pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Bandung, saya tertarik pada sektor kuliner menjadi fokus kajian, karena sektor kuliner memiliki potensi yang besar dalam mendukung perkembangan kegiatan kreatif, membuka peluang usaha dan berkontribusi pada

Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan melaksanakan penelitian dengan judul “**Implementasi Kebijakan Dalam Pengembangan**

###### Ekonomi Kreatif pada Subsektor Kuliner di Kota Bandung”

## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian **Implementasi Kebijakan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Subsektor Kuliner di Kota Bandung** ialah aspek yang tepat guna melihat bagaimana implementasi kebijakan dalam pengembangan ekonomi kreatif dilaksanakan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung terjun ke tempat observasi dengan lokasi penelitian di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung pada pengembangan ekonomi kreatif Kota Bandung tentang **Implementasi Kebijakan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Subsektor Kuliner di Kota Bandung**.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan pada bagian latar

belakang diatas, dapat dijelaskan bahwa inti permasalahan penelitian ini adalah

1. Bagaimana proses implementasi kebijakan yang dilakukan *Academic, Business, Community, Government, dan Media* dalam meningkatkan fasilitasi dalam pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Bandung?
2. Faktor apa saja menyebabkan meningkatkannya fasilitasi oleh *Academic, Business, Community, Government, dan Media* dalam pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Bandung?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan permasalahan yang telah disampaikan diatas,

tujuan penelitian ini adalah

1. Mengetahui proses implementasi kebijakan yang dilakukan *Academic, Business, Community, Government, dan Media* dalam meningkatkan fasilitasi dalam pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Bandung?
2. Mengetahui faktor apa saja yang menyebabkan meningkatkannya fasilitasi yang disediakan oleh *Academic, Business, Community, Government, dan Media* dalam pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Bandung?

## 1.5 Kegunaan Penelitian

Dari tujuan diatas diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk:

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat pemikiran untuk mendukung ilmu administrasi publik khususnya di bidang implementasi kebijakan.

1. Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini, diharapkan akan memberikan saran kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam rangka pelaksanaan **Implementasi Kebijakan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Subsektor Kuliner di Kota Bandung**