

PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF OLEH DINAS PARIWISATA, KEBUDAYAAN, KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA KABUPATEN SUMEDANG

Arip Firmansyah
Universitas Sebelas April

Article Info

Article history:

Received April 18, 2026

Revised Mei 22, 2026

Accepted Juni 16, 2026

Keywords:

Public Policy

Human Resources Management

Empowerment of Creative

Economy

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the Empowerment of creative economy business actors by Departement of Tourism, Culture, Youth, and Sports (DISPARBUDPORA). The research method used in this study is purposive sampling. With research informants, namely the Head of Creative Affairs, the tourism and creative economy adyatama young experts, and the compiler of creativity and innovation programs. The data collection techniques used are literature studies and field studies consisting of observation, interviews, and documentation. Meanwhile, the data processing procedures in this study are data reduction, data display, depiction/verification of data conclusions and triangulation. Based on the results of the study, it is concluded that the empowerment of creative economy business actors by the Sumedang Regency Tourism, Culture, Youth and Sports Office has been carried out appropriately and in a targeted manner, but limited human resources, lack of understanding of technology and markets, and weak leadership in the mentoring process are obstacles in the empowerment process. To overcome these obstacles, Departement of Tourism, Culture, Youth, and Sports (DISPARBUDPORA) has implemented a strategy of enablement through access and infrastructure development, strengthening through technical training, and support in the form of access to funding, business incubation, and product promotion.



Copyright © 2026 JRPA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Arip Firmansyah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas April

Email: nazwanab@gmail.com

1. INTRODUCTION

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi di berbagai daerah. Dengan adanya perkembangan teknologi dan globalisasi, ekonomi kreatif semakin memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan daya saing daerah, serta melestarikan budaya lokal melalui produk-produk inovatif yang bernilai ekonomis. Kabupaten Sumedang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Keberagaman budaya, seni, dan warisan tradisional yang dimiliki menjadi modal utama dalam menciptakan produk-produk unggulan yang memiliki daya saing di pasar lokal maupun nasional. Selain itu, sektor pariwisata yang terus berkembang di Sumedang juga memberikan peluang bagi pelaku usaha ekonomi kreatif untuk memasarkan produk mereka kepada wisatawan. Ekonomi kreatif sendiri merupakan sektor ekonomi yang mengandalkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai sumber utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Di tingkat nasional, subsektor ekonomi kreatif telah diklasifikasikan oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), yang kemudian dapat diadopsi di tingkat daerah, termasuk Kabupaten Sumedang.

Pemerintah Indonesia telah menetapkan berbagai kebijakan terkait pemberdayaan ekonomi kreatif, salah satunya melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, yang menegaskan peran pemerintah dalam mendukung dan mengembangkan sektor ini. Selain itu, Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional menyebutkan bahwa pemberdayaan pelaku usaha kreatif harus berbasis inovasi, digitalisasi, dan penguatan ekosistem bisnis. Disamping itu, dalam upaya mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif, pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam memberikan dukungan dan fasilitasi kepada para pelaku usaha, salah satunya lewat pembentukan Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Sumedang lewat Peraturan Bupati (Perbup) Kabupaten Sumedang Nomor 84 Tahun 2022 tentang Komite Ekonomi Kreatif.

Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Sumedang merupakan salah satu instansi terkait memiliki tanggung jawab dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan yang dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha ekonomi kreatif. Program-program yang mencakup pelatihan, pendampingan, akses permodalan, serta promosi produk menjadi langkah-langkah yang dapat memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di daerah ini.

Faktor yang kerap menjadi penghambat dalam upaya pemberdayaan masyarakat, khususnya di sektor ekonomi kreatif. Di antaranya adalah keterbatasan sumber daya manusia, baik dari segi kuantitas maupun kualitas; minimnya pengetahuan tentang pasar, teknologi, dan manajemen usaha; serta lemahnya kapasitas kepemimpinan lokal yang seharusnya berperan sebagai motor penggerak perubahan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, masih ditemukan berbagai tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha ekonomi kreatif di Sumedang. Adapun permasalahan-permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Akses permodalan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Sumedang masih menjadi tantangan utama yang memengaruhi efektivitas pemberdayaan. Meskipun pemerintah daerah telah menyediakan berbagai program bantuan, perlu dilakukan evaluasi terhadap strategi pemberdayaan yang diterapkan agar akses permodalan dapat difasilitasi secara lebih efektif dan tepat sasaran.
2. Pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga masih terbatas, terutama dalam hal pengembangan keterampilan digital yang krusial untuk peningkatan daya saing pelaku usaha di era digital. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk mengevaluasi sejauh mana program pemberdayaan yang ada mampu mengakomodasi peningkatan kompetensi tersebut.
3. Strategi pemasaran produk ekonomi kreatif di Kabupaten Sumedang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital dan platform *e-commerce*, sehingga jangkauan pasar pelaku usaha masih terbatas. Oleh karena itu, perlu dikaji bagaimana upaya pemberdayaan dapat lebih memperkuat aspek pemasaran digital untuk mendukung pertumbuhan usaha kreatif lokal.

Adapun fokus pada penelitian ini yaitu:

1. Pemberdayaan pelaku usaha ekonomi kreatif oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Sumedang
2. Faktor yang menghambat pemberdayaan pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Sumedang
3. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi faktor yang menghambat pemberdayaan pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Sumedang

2. METHOD

Dalam penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif atau sering disebut dengan metode naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*Natural Setting*) dan hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generasi. Penelitian kualitatif yaitu penelitian dengan menggunakan riset yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis. Perspektif subjek lebih ditonjolkan ketika menggunakan penelitian kualitatif. Landasan teori bisa dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Menurut Sugiyono (2020) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) Dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data dan sifat induktif, kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Menurut Sugiyono (2020), Subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan. Sampel dalam penelitian kualitatif, juga bukan disebut sampel statistik, tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori. Teknik yang digunakan dalam menentukan subjek penelitian adalah Teknik Purposive sampling. Menurut Sugiyono (2020), purposive sampling adalah Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti. Pemilihan informan dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi jabatan dan keterlibatan para informan dalam perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi program pemberdayaan ekonomi kreatif. Keempat informan berasal dari unsur pejabat Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Sumedang. Para informan tersebut dipilih karena memiliki pengetahuan, pengalaman, dan peran strategis dalam pelaksanaan program-program terkait ekonomi kreatif di Kabupaten Sumedang. Untuk memperoleh data yang relevan terkait strategi pemberdayaan dari lingkungan Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Sumedang, maka yang dijadikan informan adalah sebagai berikut.

Tabel Subjek Penelitian

No	Unsur/Jabatan	Jumlah
1	Kepala bidang Ekraf	1
2	Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi kreatif Ahli Muda	2
3	Penyusun Program Kreativitas dan Inovasi	1
Jumlah		4

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data primer maupun sekunder. Definisi data primer adalah data yang langsung diamati di lapangan melalui wawancara mendalam. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah diolah dan dipublikasikan dari dokumen dan media pemberitaan resmi. Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2020), merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data. Oleh karena itu, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang diperoleh dari berikut data ini:

1. Studi Kepustakaan yang dilakukan peneliti melalui sumber-sumber yang akurat dari buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
2. Studi Lapangan yaitu pengumpulan data secara langsung dengan meneliti secara mendalam yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini, dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:
 - a. Observasi, yaitu pengamatan yang dilakukan secara langsung ke lapangan mengenai objek yang diteliti, dengan tujuan untuk lebih memahami masalah-masalah yang terjadi.
 - b. Wawancara, yaitu melakukan aktivitas tanya jawab secara langsung dengan koresponden.
 - c. Dokumentasi, yaitu pencatatan suatu objek yang diteliti serta diolah, sehingga menjadi sekumpulan barang bukti yang dapat ditampilkan apabila dibutuhkan. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, suara.
 - d. Triangulasi yang diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Triangulasi teknik, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara dan

dokumentasi untuk sumber yang sama secara serempak. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang ditemukan.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Pemberdayaan pelaku usaha ekonomi kreatif merupakan intervensi pemerintah daerah untuk memperluas kemampuan pelaku dalam mengubah gagasan, pengetahuan, keterampilan, serta kekayaan budaya menjadi nilai ekonomi yang berkelanjutan. Dalam konteks Kabupaten Sumedang, pemberdayaan tersebut dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga (Disparbudpora) melalui pelatihan, fasilitasi promosi, penyediaan ruang kreatif, pembentukan jejaring, pendampingan usaha, dan fasilitasi perlindungan kekayaan intelektual. Posisi pemerintah daerah tidak hanya sebagai penyelenggara kegiatan, tetapi sebagai penghubung antara pelaku usaha, komunitas, pasar, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan sektor swasta.

Pentingnya intervensi tersebut berkaitan dengan karakter ekonomi kreatif yang bertumpu pada ide, inovasi, dan kemampuan menghasilkan nilai tambah. Ichsan dan Verena (2020) menunjukkan bahwa kinerja industri kreatif dipengaruhi oleh tenaga kerja, aset atau modal tetap, serta dukungan kebijakan yang efektif. Sidauruk, Apriani, dan Hamudy (2019) juga menegaskan bahwa pengembangan produk unggulan ekonomi kreatif daerah masih menghadapi kendala kelembagaan, sumber daya manusia, pemasaran, dan keberlanjutan pembinaan. Dengan demikian, kebijakan pemberdayaan perlu dibangun sebagai proses yang terpadu, bukan sekadar rangkaian pelatihan yang berdiri sendiri.

Analisis hasil penelitian ini menggunakan tiga pendekatan pemberdayaan, yaitu enabling, empowering, dan protecting. Enabling mengacu pada penciptaan iklim yang memungkinkan potensi pelaku berkembang; empowering berkenaan dengan penguatan kapasitas dan akses terhadap sumber daya; sedangkan protecting menekankan perlindungan terhadap pelaku yang lemah serta karya yang mereka hasilkan. Menurut Kartasasmita (1995:139), strategi enabling bertujuan untuk menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang melalui dukungan sistem dan kebijakan yang adaptif serta partisipatif. Kerangka tersebut digunakan untuk menjelaskan bentuk pelaksanaan program, hambatan yang ditemukan, dan strategi perbaikan yang dilakukan Disparbudpora Kabupaten Sumedang.

a. Pelaksanaan Pemberdayaan Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif

Enabling: Penciptaan Iklim dan Ekosistem Pendukung

Dimensi enabling terlihat dari upaya Disparbudpora membangun lingkungan yang mendukung tumbuhnya potensi masyarakat serta menyediakan fasilitas penunjang usaha. Dinas menyelenggarakan pelatihan dan pengembangan kapasitas komunitas pemuda, membuka akses informasi, menyediakan ruang kreasi, serta menghubungkan pelaku dengan berbagai kegiatan sesuai subsektor usahanya. Program tersebut diarahkan agar pelaku tidak bekerja secara individual, tetapi menjadi bagian dari ekosistem kreatif daerah.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa dukungan lingkungan diwujudkan melalui penyediaan galeri, ruang pameran, co-working space, stand pada kegiatan promosi, pelatihan, dan pendampingan UMKM. Ketersediaan ruang bersama penting karena pelaku memerlukan tempat untuk bereksperimen, bertemu, memamerkan karya, dan membangun kolaborasi. Khairunnisa, Sumadyo, dan Marlina (2021) menjelaskan bahwa creative hub dapat berfungsi sebagai wadah kegiatan kreatif, interaksi antarpelaku, pengembangan jejaring, dan inkubasi gagasan. Dalam konteks Sumedang, pemanfaatan Sumedang Creative Center (SCC) karena itu dapat dipahami sebagai instrumen enabling yang mempertemukan fungsi ruang, komunitas, pengetahuan, dan pasar.

Namun, keberadaan fasilitas fisik belum otomatis menghasilkan pemberdayaan apabila tidak disertai tata kelola program, agenda reguler, kurasi peserta, dan pendamping yang kompeten. Jimad, Roslina, Syarif, dan Wahono (2022) menemukan bahwa pembinaan potensi ekonomi kreatif melalui pendekatan kelembagaan memerlukan pelatihan, pendampingan, konsultasi, serta monitoring dan evaluasi. Artinya, SCC perlu dioperasikan sebagai pusat layanan yang mempunyai jadwal pengembangan kapasitas, basis data pelaku, mekanisme penggunaan ruang, dan target hasil yang terukur.

Upaya dinas menjalin kolaborasi eksternal juga memperkuat lingkungan pemberdayaan. Sanuri (2020) menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal menjadi lebih terarah ketika perencanaan dilakukan secara partisipatif, melibatkan mitra, menetapkan rancangan program, dan memantau perubahan perilaku para pihak. Berdasarkan perspektif tersebut, forum komunikasi dan kegiatan lintas pemangku kepentingan di Sumedang seharusnya tidak berhenti pada pertukaran informasi, tetapi menghasilkan pembagian peran, agenda bersama, dan indikator kemajuan yang disepakati.

Empowering: Penguatan Kapasitas dan Jaringan Usaha

Dimensi empowering diwujudkan melalui penguatan kapasitas dan kemampuan masyarakat serta pembentukan jaringan bisnis. Disparbudpora menyelenggarakan pelatihan digital marketing, pengemasan produk, pengelolaan keuangan, serta pembinaan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku. Pelaku pemula juga memperoleh pendampingan langsung melalui kegiatan inkubasi bisnis. Rangkaian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan diarahkan untuk meningkatkan kompetensi produksi sekaligus kemampuan manajerial dan pemasaran.

Pelatihan pemasaran digital relevan karena perluasan pasar pelaku ekonomi kreatif semakin bergantung pada kemampuan menggunakan platform daring secara strategis. Sasa, Sapto Adi, Triono, dan Supanto (2021) menemukan bahwa pelatihan digital marketing dapat membantu UMKM mengoptimalkan promosi dan pengelolaan saluran pemasaran. Wulandari, Alam, Tyas, dan Syahidah (2021) juga menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital perlu disertai praktik agar peserta mampu menerapkan pengetahuan pada usahanya. Temuan tersebut memperkuat kebutuhan agar pelatihan di Sumedang tidak hanya bersifat sosialisasi, tetapi berbasis praktik, menghasilkan akun usaha yang aktif, katalog digital, konten promosi, serta evaluasi perubahan jangkauan pasar.

Penguatan kapasitas juga harus menghubungkan aspek pemasaran dengan inovasi produk dan tata kelola usaha. Hendratni (2021) menjelaskan bahwa pelatihan digital marketing dapat menjadi sarana peningkatan pendapatan ketika pengetahuan yang diberikan dapat diterapkan dalam aktivitas usaha. Sementara itu, Hasan, Noercahyo, Rani, Salshabilla, dan Izzati (2021) menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif UMKM dapat dilakukan melalui promosi, pembaruan produk, peningkatan pelayanan, dan pemasaran digital. Oleh karena itu, materi pelatihan Disparbudpora perlu disusun sebagai paket kompetensi berjenjang, mulai dari identifikasi konsumen, pengembangan produk, desain kemasan, penetapan harga, pencatatan keuangan, sampai pemasaran digital.

Pembentukan jaringan bisnis dilaksanakan melalui event, komunitas, dan forum. Jaringan tersebut membantu promosi, memperluas peluang usaha, mempercepat pertukaran informasi, dan membuka ruang inovasi serta kolaborasi. Arrizal dan Sofyantoro (2020) menekankan bahwa digitalisasi dapat menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM, khususnya untuk mempertahankan akses pasar dan membangun konektivitas. Siagian dan Cahyono (2021) juga menunjukkan perlunya strategi pemulihan pemasaran yang adaptif pada sektor ekonomi kreatif. Dengan demikian, jaringan yang dibentuk dinas perlu diarahkan pada transaksi dan kerja sama konkret, misalnya business matching, kemitraan pasokan, promosi lintas kanal, serta kolaborasi produk antarsubsektor.

Secara keseluruhan, pelaksanaan empowering sudah mencakup dua kebutuhan penting, yaitu peningkatan kemampuan dan perluasan akses. Kendati demikian, efektivitasnya ditentukan oleh ketepatan pemetaan kebutuhan peserta. Pelaku pemula memerlukan penguatan dasar, sedangkan pelaku yang sudah berkembang lebih membutuhkan standarisasi produk, akses pembiayaan, perluasan pasar, dan kemitraan. Karena itu, program perlu disusun berdasarkan tingkat kematangan usaha, bukan hanya berdasarkan subsektor atau keanggotaan komunitas.

Protecting: Perlindungan Pelaku Rentan dan Kekayaan Intelektual

Dimensi protecting berfokus pada keberpihakan terhadap pelaku usaha kecil, pelaku pemula, kelompok desa, dan pelaku muda yang belum mempunyai jejaring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok usaha desa dibantu melalui promosi dan jejaring agar produknya terserap pasar. Pelaku baru memperoleh pelatihan dasar, kesempatan tampil, dan pendampingan melalui komunitas. Pola ini mencerminkan upaya mengurangi ketimpangan akses antara pelaku yang sudah mapan dan pelaku yang masih berada pada tahap awal.

Perlindungan tersebut perlu dilaksanakan dengan prinsip inklusivitas. Rekrutmen peserta seyogianya menggunakan basis data yang mencakup pelaku di luar komunitas formal, wilayah perdesaan, usaha mikro, perempuan, pemuda, dan penyandang disabilitas. Dengan mekanisme tersebut, fasilitasi tidak berulang pada kelompok yang sama. Simamora, Gunawan, Tarigan, Harnjo, dan Eddy (2025) menekankan bahwa pemberdayaan ekonomi kreatif memerlukan kombinasi pelatihan, akses modal, pendampingan, jaringan pemasaran digital, dan sinergi lintas sektor. Dengan kata lain, perlindungan pelaku rentan harus memberikan jalan peningkatan kapasitas, bukan menciptakan ketergantungan.

Aspek protecting berikutnya ialah perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI). Disparbudpora memfasilitasi produk budaya lokal untuk memperoleh perlindungan, mengarahkan pelaku untuk mendaftarkan hak cipta atau merek, serta menghadirkan narasumber resmi dalam pelatihan. Noviriska (2022) menemukan bahwa rendahnya kesadaran pelaku ekonomi kreatif untuk melindungi karya dapat meningkatkan risiko pelanggaran dan mengurangi manfaat ekonomi dari karya tersebut. Oleh sebab itu, edukasi HKI perlu ditempatkan sejak tahap inkubasi, bukan diberikan hanya setelah produk dikenal pasar.

Fasilitasi pendaftaran juga perlu disertai audit sederhana untuk menentukan bentuk perlindungan yang tepat—merek, hak cipta, desain industri, atau kekayaan intelektual komunal. Asriati dan Salmawati (2025) menegaskan bahwa penguatan perlindungan HKI bagi UMKM ekonomi kreatif memerlukan sinergi pemerintah, pelaku usaha, lembaga pendidikan, dan masyarakat. Temuan di Sumedang menunjukkan adanya keberpihakan institusi lokal terhadap perlindungan hukum pelaku kecil; langkah selanjutnya adalah membangun layanan pendampingan yang berkelanjutan, termasuk penelusuran merek, persiapan dokumen, pendaftaran, dan pemanfaatan nilai ekonominya.

b. Faktor Penghambat Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif di Kabupaten Sumedang Keterbatasan Sumber Daya dan Jangkauan Program

Hambatan pertama adalah keterbatasan sumber daya manusia, anggaran, dan waktu pelaksanaan. Pelatihan masih bersifat tematik dan belum menjangkau seluruh pelaku. Peserta cenderung berasal dari komunitas yang telah terhubung dengan dinas, sedangkan pelaku di luar komunitas belum memperoleh kesempatan yang setara. Selain itu, sebagian pelaku masih lemah dalam keterampilan teknis produksi sehingga membutuhkan pendampingan yang lebih intensif.

Masalah tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara jumlah pelaku, keragaman kebutuhan, dan kapasitas program. Sidauruk dkk. (2019) mengingatkan bahwa hambatan pengembangan ekonomi kreatif daerah tidak hanya berasal dari pelaku, tetapi juga dari kelembagaan dan kesinambungan dukungan. Karena itu, keterbatasan anggaran perlu dijawab melalui pemetaan prioritas, pelatihan berjenjang, pelibatan mentor komunitas, kerja sama perguruan tinggi, dan pengembangan modul yang dapat digunakan berulang.

Keterbatasan Pengetahuan Pasar dan Literasi Digital

Hambatan kedua adalah rendahnya kemampuan mengidentifikasi segmen pasar, membaca tren, dan memanfaatkan media sosial. Banyak pelaku masih menggunakan pola pemasaran konvensional dan belum mampu mengelola konten, katalog, interaksi pelanggan, maupun data penjualan. Arianto (2020) menjelaskan bahwa pengembangan UMKM digital menuntut kesiapan pengetahuan, infrastruktur, dan ekosistem pendukung. Dengan demikian, persoalan digital tidak cukup dijawab melalui pelatihan penggunaan aplikasi, tetapi perlu mencakup perubahan cara berpikir tentang konsumen dan pengambilan keputusan berbasis data.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa pelatihan yang sama untuk seluruh peserta kurang efektif. Pelaku yang baru mengenal media sosial memerlukan materi dasar, sementara pelaku yang telah aktif membutuhkan strategi iklan, optimalisasi marketplace, analitik, dan pengelolaan hubungan pelanggan. Pengelompokan tersebut akan membuat intervensi lebih tepat sasaran dan memudahkan pengukuran hasil.

Lemahnya Kepemimpinan dan Tata Kelola Program

Hambatan ketiga berkaitan dengan kepemimpinan yang belum sepenuhnya visioner dan pemahaman strategi yang belum merata. Kondisi ini berpotensi menyebabkan program tidak tepat sasaran, bersifat insidental, atau tidak mempunyai kesinambungan antara pelatihan, pendampingan, promosi, dan evaluasi. Solusi yang telah diidentifikasi ialah pelatihan kepemimpinan, studi banding, serta pelibatan pimpinan dalam forum lintas sektor.

Dalam pemberdayaan ekonomi kreatif, kepemimpinan dibutuhkan untuk membangun arah bersama dan mengoordinasikan aktor yang mempunyai kepentingan berbeda. Sanuri (2020) memperlihatkan pentingnya pemetaan aktor, rancangan program, dan penanda kemajuan dalam memastikan perubahan. Oleh sebab itu, penguatan kepemimpinan perlu disertai rencana aksi tahunan, pembagian peran antarbidang, indikator kinerja, dan mekanisme tindak lanjut setelah kegiatan.

c. Upaya Mengatasi Faktor Penghambat Pemberdayaan Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Kabupaten Sumedang Pemungkinan

Strategi pemungkinan dilakukan dengan membuka akses pelaku terhadap program, pemangku kepentingan, dan sumber daya. Disparbudpora memfasilitasi forum komunikasi, memperluas jaringan dengan lembaga pendukung, serta mendorong penyediaan ruang kreatif, taman budaya, ruang pameran, dan infrastruktur digital. Kebijakan ini perlu diperkuat melalui satu pintu informasi program, kalender kegiatan, basis data pelaku, serta mekanisme pendaftaran yang transparan agar kesempatan tidak hanya beredar di lingkungan komunitas tertentu.

Sumedang Creative Center dapat ditempatkan sebagai simpul layanan yang mengintegrasikan ruang kerja bersama, klinik bisnis, pelatihan, kurasi, pameran, dan pertemuan dengan pembeli. Fungsi tersebut sejalan dengan gagasan creative hub sebagai tempat bertemunya kreativitas, jejaring, dan proses inkubasi (Khairunnisa dkk., 2021). Dengan pengelolaan yang konsisten, SCC dapat menjadi infrastruktur sosial sekaligus fisik bagi ekosistem ekonomi kreatif daerah.

Penguatan

Strategi penguatan diarahkan pada peningkatan daya saing, kualitas produk, kepercayaan diri, dan akses pasar. Pelatihan yang variatif dan tematik merupakan modal awal, tetapi perlu dikembangkan menjadi kurikulum berjenjang berdasarkan hasil asesmen. Pada akhir kegiatan, setiap peserta sebaiknya menghasilkan keluaran yang dapat dinilai, seperti perbaikan kemasan, pencatatan keuangan, katalog digital, legalitas usaha, strategi harga, atau rencana pemasaran.

Tanjung dan Cristianto (2024) menunjukkan bahwa pelatihan ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi dapat memperkuat strategi pemasaran UMKM lokal. Temuan tersebut mendukung penggunaan model belajar berbasis proyek dan pendampingan setelah pelatihan. Evaluasi tidak hanya menghitung jumlah peserta, tetapi menilai perubahan keterampilan, penerapan materi, pertumbuhan jaringan, peningkatan transaksi, dan keberlanjutan usaha.

Perlindungan

Strategi perlindungan diwujudkan melalui pelatihan, pendampingan teknis, dan fasilitasi kerja sama dengan lembaga pemerintah pusat untuk pendaftaran HKI. Langkah tersebut memberi kepastian hukum dan pengakuan atas karya pelaku. Agar lebih efektif, Disparbudpora perlu memiliki daftar produk potensial, target fasilitasi per tahun, klinik konsultasi berkala, dan mekanisme pelacakan status permohonan.

Perlindungan HKI juga dapat membuka peluang ekonomi baru. Rochadiningsih, Nasution, Pardamean, dan Amin (2023) menjelaskan bahwa pelaksanaan pembiayaan berbasis kekayaan intelektual memerlukan kesiapan berbagai faktor pendukung, termasuk valuasi, regulasi teknis, dan kesiapan lembaga pembiayaan. Artinya, fasilitasi pendaftaran HKI di Sumedang perlu dihubungkan secara bertahap dengan pengelolaan aset, lisensi, kerja sama komersial, dan akses pembiayaan. Perlindungan tidak berhenti pada sertifikat, tetapi diarahkan pada pemanfaatan nilai ekonomi karya.

Penyokongan

Strategi penyokongan mencakup akses pendanaan, inkubasi bisnis, dan promosi produk. Disparbudpora telah melakukan sosialisasi skema pembiayaan, kerja sama dengan perbankan, pelatihan proposal usaha, serta pendampingan dalam memilih sumber dana. Program inkubasi dan promosi juga dilaksanakan melalui pelatihan teknis, mentoring, event, kerja sama tenant, dan media digital.

Dukungan pembiayaan perlu disesuaikan dengan kesiapan usaha. Pelaku pemula dapat diarahkan pada peningkatan kelayakan usaha dan pencatatan keuangan, sedangkan pelaku yang lebih matang dapat difasilitasi mengikuti business matching atau pembiayaan formal. Ichsan dan Verena (2020) menempatkan akses modal dan kebijakan yang efektif sebagai faktor penting bagi pertumbuhan industri kreatif. Dengan demikian, peran dinas adalah menyiapkan pelaku agar layak mengakses pembiayaan sekaligus mengurangi risiko melalui pendampingan.

Pada aspek promosi, dukungan sebaiknya bergeser dari sekadar pemberian stand menuju kurasi produk, penguatan narasi merek, pertemuan dengan pembeli, dan tindak lanjut transaksi. Hasan dkk. (2021) menegaskan pentingnya pembaruan produk, pelayanan, promosi, dan pemasaran digital dalam pengembangan UMKM ekonomi kreatif. Pendekatan ini akan membuat kegiatan promosi menjadi bagian dari strategi pasar, bukan kegiatan seremonial.

Pemeliharaan

Strategi pemeliharaan dilakukan melalui monitoring, pelaporan kegiatan, dan observasi langsung. Mekanisme ini menunjukkan komitmen Disparbudpora untuk memastikan keberlanjutan dampak program. Akan tetapi, evaluasi perlu menggunakan indikator yang konsisten, seperti keberlangsungan usaha, penerapan materi, perubahan omzet atau volume transaksi, perluasan pasar, jumlah kolaborasi, dan status legalitas atau HKI.

Penguatan kemitraan dengan sektor swasta juga menjadi bagian dari pemeliharaan. Dukungan swasta dapat berupa sumber daya, akses pasar, pendanaan, mentor, maupun penyelenggaraan festival dan event kreatif. Kerja sama formal melalui nota kesepahaman perlu dilengkapi rencana kerja, target, kontribusi setiap pihak, dan evaluasi berkala. Simamora dkk. (2025) menekankan pentingnya sinergi lintas sektor dalam pemberdayaan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, kemitraan di Sumedang harus dirancang sebagai hubungan jangka menengah yang saling menguntungkan.

4. CONCLUSION

Strategi pemberdayaan pelaku usaha ekonomi kreatif oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga (DISPARBUDPORA) Kabupaten Sumedang yang diterapkan sudah mencakup berbagai dimensi, mulai dari *enabling*, *empowering*, *protecting*, hingga upaya mengatasi faktor penghambat melalui pendekatan pemungkinan, penguatan, perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan.

Pada dimensi *enabling*, dinas telah berupaya menciptakan lingkungan yang kondusif melalui pembentukan forum dan penyediaan fasilitas. Dalam aspek *empowering*, pelatihan serta penguatan jejaring bisnis menjadi bentuk nyata dari peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku usaha. Perlindungan juga diupayakan, baik melalui perlindungan terhadap kelompok rentan seperti pelaku UMKM pemula maupun dalam aspek hukum seperti HKI dan sosialisasi hak cipta.

Berbagai hambatan dalam proses pemberdayaan, di antaranya keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pemahaman teknologi dan pasar, serta lemahnya kepemimpinan dalam proses pendampingan. Untuk mengatasi hambatan tersebut, DISPARBUDPORA telah mengimplementasikan strategi pemungkinan melalui pengembangan akses dan infrastruktur, penguatan melalui pelatihan teknis, serta penyokongan dalam bentuk akses pendanaan, inkubasi bisnis, dan promosi produk. Selain itu, evaluasi program serta kemitraan dengan sektor swasta juga menjadi bagian dari strategi pemeliharaan. Secara keseluruhan, strategi pemberdayaan pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Sumedang telah menunjukkan kemajuan dan arah yang cukup tepat. Namun masih terdapat ruang perbaikan, khususnya dalam pemerataan akses dan kesinambungan pendampingan agar seluruh pelaku usaha, baik di pusat maupun wilayah pinggiran, dapat merasakan manfaat secara merata dan berkelanjutan.

REFERENCES

- Agung, N. P., Wibowo, A., & Widiyanto. (2024). Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pemberdayaan Masyarakat Desa Kaliboto oleh Kaliboto Green Institute Melalui Program Integrated Farming System dalam Pencapaian SDGs. *Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies: Conference Series*, 2(1), 28–39.
- Andriani, R., Djadjuli, R. D., & Henriyani, E. (2024). Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif oleh Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis (Studi Kasus pada Desa Patakaharja Kecamatan Rancah Kabupaten Ciamis). *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 11(1), 1–10.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 106–134. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>
- Ismurdyawati, Hariadie, & Djusmartinah, R. (2013). Ekonomi Kreatif dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Kampung-Kampung Kota di Kecamatan Gayungan Surabaya. *Unipasby Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, 17, 167–176.
- Putra, A. A. S., Wisadirana, D., & Mochtar, H. (2016). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Lebah Madu Kelompok Tani Tahura (KTT) (Studi Kasus di Desa Dilem Kecamatan Gondang Mojokerto). *Wacana: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 19(01), 36–45. <https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2016.019.01.5>
- Ridwan, R., & Surya, C. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Desa dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Desa Citengah Kabupaten Sumedang. *JRAK*, 10(1), 28–33. <https://doi.org/10.23969/jrak.v10i1.1059>
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Kartasmita, G. (1995). Pemberdayaan masyarakat: Sebuah tinjauan administrasi. Dalam Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Policy_Paper/Pemberdayaan%20Masyarakat.pdf
- Sidauruk, R., Apriani, T., & Hamudy, M. I. A. (2019). Achievement, obstacles, and challenges in the development of creative economy's best product in the City of Bandung and Bandung Regency. *Jurnal Bina Praja*, 11(1), 87–97. <https://doi.org/10.21787/jbp.11.2019.87-97>

- Sanuri. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal masyarakat dengan pendekatan outcome mapping. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/jppm.v7i2.24870>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM digital di masa pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247. <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/512>
- Arrizal, N. Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM di masa pandemi melalui digitalisasi. *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah*, 2(1), 39–48. <https://jurnal.madiunkab.go.id/index.php/bp/article/view/48>
- Ichsan, A. K. N., & Verena, V. V. (2020). Mampukah industri kreatif mengatasi kejenuhan pertumbuhan ekonomi nasional? *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 9(2), 175–188. <https://doi.org/10.52813/jei.v9i2.31>
- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi usaha kecil menengah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Wulandari, Z., Alam, A., Tyas, G. P., & Syahidah, Y. (2021). Webinar dan pelatihan digital marketing sebagai upaya meningkatkan promosi produk UMKM. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 45–51. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i2.3055>
- Hendratni, T. W. (2021). Pelatihan digital marketing sebagai upaya peningkatan pendapatan bagi UMKM di Kabupaten MBS. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 59–66. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v3i2.348>
- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan ekonomi kreatif sektor UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(2), 125–138. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p125-138>
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi pemulihan pemasaran UMKM di masa pandemi Covid-19 pada sektor ekonomi kreatif. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.212>
- Khairunnissa, F., Sumadyo, A., & Marlina, A. (2021). Penerapan prinsip arsitektur kontemporer pada perancangan creative hub di Yogyakarta. *SENTHONG*, 4(1), 176–185. <https://jurnal.ft.uns.ac.id/index.php/senthong/article/view/1230>
- Jimad, H., Roslina, Syarif, Y. A., & Wahono, E. P. (2022). Pembinaan potensi ekonomi kreatif melalui pendekatan kelembagaan. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 1(2), 61–67. <https://doi.org/10.35912/JPE.v1i2.760>
- Noviriska. (2022). Perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap pelaku ekonomi kreatif berdasarkan Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. *Jurnal Ilmiah Publik*, 10(2). <https://jurnal.ugi.ac.id/index.php/Publika/article/view/7630>
- Rochadiningsih, Y., Nasution, T., Pardamean, H., & Amin, M. (2023). Analisis Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 dalam mewujudkan skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual. *Jurnal Magister Ilmu Hukum: Hukum dan Kesejahteraan*, 8(2). <https://doi.org/10.36722/jmih.v8i2.2304>
- Tanjung, A. D., & Cristianto, D. D. (2024). Pelatihan ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi UMKM masyarakat lokal dalam strategi pemasaran. *Akram Bakti: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.61689/akrambakti.v1i2.5>
- Simamora, J., Gunawan, E., Tarigan, S. A., Harnjo, E., & Eddy. (2025). Pemberdayaan ekonomi kreatif. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(6). <https://doi.org/10.56338/jks.v8i6.8124>
- Asriati, & Salmawati. (2025). Perlindungan hak kekayaan intelektual terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah pada sektor ekonomi kreatif. *Indonesian Journal of Legality of Law*, 8(1), 14–20. <https://doi.org/10.35965/ijlf.v8i1.7877>