



Pemetaan Daya Saing Produk Industri Kreatif di Sumatera Barat

Ainun Mardiah^{1*}, Desvi Emti², Sehani³, Ratna Dewi⁴

^{1,2}Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jl. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani, Kec. Tuah Madani Pekanbaru 28298

³Jurusan Manajemen Perusahaan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jl. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani, Kec. Tuah Madani Pekanbaru 28298

⁴Jurusan Administrasi Negara, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jl. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani, Kec. Tuah Madani Pekanbaru 28298

ARTICLE INFO

Article history:

Received 28/06/2024

Revised 04/07/2024

Accepted 09/07/2024

Abstract

This research aims to determine the level of economic competitiveness through competitive sectors based on shift-share analysis, leading sectors based on Location Quotient analysis, creative industry mapping, and creative industry product potential in West Sumatra. This research is field research using survey methods. The approach method uses a quantitative and qualitative descriptive approach. The research results show that based on the results of the shift-share analysis there are seven competitive sectors, namely wholesale and retail trade sector, followed by construction, educational services, mining and quarrying, government administration, provision of accommodation and food and drink, services others, while tourism has not been able to compete. Based on the results of the Location Quotient analysis, there are 13 basic and superior business sectors, and the tourism sector which is among the most basic or superior sectors in West Sumatra. The results of mapping the creative industries in West Sumatra showed that Tanah Datar is the area with the most creative workers. Most of the creative industry potential in culinary businesses and is located in Tanah Datar, Pesisir Selatan, Payakumbuh, Padang Panjang, South Solok, Solok, Sinjungjung, Limapuluh Kota, Dharmasraya, Pariaman Districts.

Keywords: *Competitiveness, Creative Industry, Potential, Tourism*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat daya saing ekonomi melalui sektor kompetitif berdasarkan analisis *shift share*, sektor unggulan berdasarkan analisis *Location Quotient*, pemetaan industri kreatif dan potensi produk industri kreatif di Sumatera Barat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode survey. Metode pendekatannya menggunakan pendekatan diskriptif kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil analisis *shift share* terdapat tujuh sektor kompetitif yaitu sektor perdagangan besar dan eceran, diikuti konstruksi, jasa pendidikan, pertambangan dan penggalian, administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib, penyediaan akomodasi dan makan minum, jasa lainnya, sedangkan sektor pariwisata belum mampu berdaya saing. Berdasarkan hasil analisis *Location Quotient* terdapat 13 sektor lapangan usaha basis dan unggul dan sektor pariwisata yang termasuk sektor paling basis atau paling memiliki keunggulan di Sumatera Barat. Hasil pemetaan industri kreatif di Sumatera Barat diperoleh Tanah Datar merupakan daerah yang paling banyak memiliki pelaku industri kreatif. Potensi industri kreatif sebagian besar berada pada usaha kuliner dan berada



di Kabupaten Tanah Datar, Pesisir Selatan, Payakumbuh, Padang Panjang, Solok Selatan, Solok, Sinjungjung, Lima Puluh Kota, Dharmasraya, Kota Pariaman.

Kata Kunci: Daya Saing, Industri Kreatif, Potensi, Pariwisata

*Penulis Korespondensi

E-mail : ainun.mardiah@uin-suska.ac.id

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi kreatif semakin besar kontribusinya terhadap perekonomian nasional dan menjadi pilar serta kekuatan pertumbuhan ekonomi negara saat ini dan dimasa yang akan datang. Bahkan pemerintah telah membentuk kelembagaan sektor ekonomi kreatif yaitu Badan Ekonomi Kreatif atau yang disingkat dengan Bekraf. Sektor ekonomi kreatif tumbuh dengan rata-rata 10% setiap tahunnya. Pertumbuhan PDB ekonomi kreatif mencapai 96,23% di tahun 2019, serapan tenaga kerja hingga 19,01 juta orang dan nilai ekspor bruto mencapai 22,07 Miliar USD (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi yang mengutamakan kreativitas, ide serta ilmu pengetahuan dalam rangka meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian (Suharto, 2021). Produk industri kreatif yang dihasilkan melalui kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan orisinalitas dilindungi hak cipta nya oleh pemerintah dalam hak kekayaan intelektual (Utami & Lantu, 2014). Pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan menggunakan model *triple helix* yaitu kolaborasi antara unsur akademisi, dunia usaha, dan pemerintah (Bahren et al., 2014). Dalam ekonomi kreatif mengandung tiga hal pokok yaitu kreativitas, inovasi, dan orisinalitas (Wartoyo & Haida, 2020). Ekonomi kreatif digerakkan atau dilakukan oleh

beberapa sektor industri seperti periklanan, kuliner, kerajinan dan sebagainya yang kemudian disebut juga dengan industri kreatif (Dwi et al., 2024). Industri kreatif adalah industri yang bertujuan untuk menciptakan *value added* pada barang dan jasa yang berasal dari ilmu pengetahuan dan inovasi manusia (Ichsan & Verena, 2020).

Pemerintah memberikan dukungan penuh untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif (Kartika, 2017). Berangkat dari visi Presiden untuk perekonomian yaitu ingin meningkatkan serta memperkuat perekonomian dan berdaya saing. Dalam hal ini Pemerintah daerah berupaya memberdayakan pelaku ekonomi kreatif dan para penggiat industri pariwisata. Jumlah industri ekonomi kreatif di Sumatera Barat tahun 2015 ditargetkan 30 pelaku usaha, dan telah terealisasi sebanyak 36 pelaku usaha. Sedangkan pelaku industri kreatif media, desain dan teknologi informasi di Sumatera Barat pada tahun 2015 ditargetkan 10 pelaku usaha, dan telah teralisasi sebanyak 17 pelaku usaha (LKIP Dinas Pariwisata dan Ekonomi Sumatera Barat, 2015).

Berdasarkan sebaran industri kreatif di SUMBAR pada tahun 2019 terdapat 875 pelaku usaha, dengan sub sektor ekonomi kreatifnya terdiri dari kuliner, kriya, fashion, televisi dan radio, penerbitan, musik, arsitektur, *app and games*, periklanan. Pelaku usaha sub sektor bidang kuliner memiliki terbesar yaitu sebesar 31,54%, kemudian diikuti oleh pelaku usaha sub sektor fashion

sebesar 11,77% (Badan Ekonomi Kreatif, 2019).

Pemberdayaan kepada industri kreatif dengan diberikannya pelatihan dan pendampingan untuk menjadi jembatan bagi industri kreatif sehingga industri kreatif siap untuk masuk ke dalam pasar dunia. Produk industri kreatif Provinsi Sumatera Barat mempunyai berbagai produk kreatif yang siap memasuki pasar dunia dan diterima oleh pasar nasional dan internasional dengan mempertahankan mutu atau kualitas produk.

Perdagangan bebas Indonesia dengan negara-negara mitra dagang terdiri dari New Zealand, Turkey, Malaysia, Australia, Srilanka, Singapore, Kenya, Bangladesh, Thailand, Pakistan, China, Phillipines, Tanzania, USA, India, Hongkong, Vietnam, Iran, Jepang, Korea Selatan telah menjadi tantangan bagi industri ekonomi kreatif di Indonesia khususnya Sumatera Barat agar dapat meningkatkan persaingan di sektor industri kreatif sebagai dampak dari adanya perdagangan bebas ini. Dalam rangka menghadapi tantangan perdagangan bebas terutama dengan negara-negara mitra, industri kreatif di Sumatera Barat memiliki potensi dan peluang untuk bersaing dengan negara lain dengan cara fokus kepada peningkatan daya saing industri sektor usaha kreatif yang dimiliki (Suharsih & Sriwinarti, 2012). Daya saing juga ditentukan oleh nilai tambah yang bisa diberikan kepada konsumen. Nilai dapat berupa pengalaman yang dirasakan konsumen, merasakan ketenangan, kenyamanan, kualitas produk dan pelayanan. Dengan adanya nilai bisnis, maka konsumen akan terus mencari produk tersebut. Sebuah industri memiliki daya saing apabila mampu mempertahankan nilai-nilai yang dimiliki serta memiliki keunggulan

yang tidak bisa ditiru oleh industri lain (Aisyah et al., 2022).

Khususnya untuk Sumatera Barat, sehubungan dengan pembangunan ekonomi kreatif yang berdaya saing ini juga didukung oleh misi pemerintah Sumbar yang menyatakan “meningkatkan ekonomi kreatif dan daya saing kepariwisataan” (Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, 2021). Kemudian dengan adanya kebijakan otonomi daerah di Indonesia, setiap daerah harus dapat mengembangkan berbagai potensi ekonomi kreatif yang dimiliki (Eni et al., 2022). Maka pemerintah Sumatera Barat dalam hal ini sebagai upaya untuk meningkatkan kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap pembangunan perekonomian Sumatera Barat telah mengeluarkan program unggulan ekonomi kreatif yaitu dengan membangun destinasi-destinasi wisata yang berkelas internasional di beberapa Kabupaten atau Kota di Sumatera Barat dan ekspor produk-produk ekonomi kreatif.

Berdasarkan pemaparan latar belakang jelas bahwa industri kreatif telah menjadi salah satu agenda pembangunan ekonomi di Sumatera Barat. Oleh karena itu memberikan ketertarikan bagi peneliti untuk memetakan daya saing industri kreatif di Sumatera Barat dalam menghadapi perdagangan bebas dengan meneliti pola perubahan dan pertumbuhan sektoral industri kreatif. Dengan mengetahui dan memetakan daya saing terhadap produk industri kreatif, maka diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak pemerintah atau pengambil kebijakan di Sumatera Barat dalam memformulasikan strategi dan solusi pengembangan pasar produk industri kreatif di Sumatera Barat dalam meningkatkan perekonomian daerah melalui daya saing produk industri

kreatif dan menghadapi perdagangan bebas.

Permasalahan penelitian adalah apa saja yang menjadi sektor kompetitif yang menjadi daya saing ekonomi di Sumatera Barat, sektor manakah yang menjadi sektor unggulan di Sumatera Barat, bagaimana pemetaan dan potensi industri kreatif di Sumatera Barat.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah Provinsi Sumatera Barat. Objek penelitian adalah objek penelitian adalah dinas terkait dan pelaku usaha kreatif di Sumatera Barat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode survei. Sedangkan metode pendekatannya menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif.

Model dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) analisis *shift share* untuk mengidentifikasi sektor kompetitif di Sumatera Barat, (2) Analisis *Location Quotient* digunakan untuk mengetahui tingkat spesialisasi pada sektor unggulan di wilayah tersebut, yang dapat digunakan sebagai petunjuk pengembangan sektor unggulan guna mempercepat kemajuan pembangunan, dan (3) Metode *Social Mapping* digunakan dalam hal menggambarkan industri kreatif di Sumatera Barat. *Social mapping* dalam penelitian ini diartikan suatu proses yang sistematis untuk menggambarkan masyarakat, yang mencakup pengumpulan data dan informasi mengenai masyarakat,

termasuk profil serta masalah sosial yang ada (Netting et al., 2023).

Analisis ini memberikan gambaran mengenai tingkat daya saing ekonomi melalui sektor kompetitif berdasarkan analisis *shift share*, sektor unggulan berdasarkan analisis *Location Quotient*, pemetaan industri kreatif dan potensi produk industri kreatif di Sumatera Barat. Jenis dan sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Informan penelitian terdiri dari pelaku usaha industri kreatif di Sumatera Barat dan dinas terkait diantaranya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sektor Kompetitif di Sumatera Barat Menurut Analisis *Shift Share*

Suatu daerah dikatakan mempunyai daya saing apabila hasil perhitungan pada komponen *differential shift* memiliki nilai yang positif karena daerah tersebut mempunyai potensi pertumbuhan ekonomi yang baik (Pasaribu et al., 2020). Komponen perhitungan *shift share* ini terdiri dari pertumbuhan nasional atau komponen *National share*, komponen pertumbuhan proporsional atau perhitungan *Proportional shift component*, komponen pertumbuhan pangsa pasar atau perhitungan *Differential shift component*. Masing-masing perhitungan terlihat pada Tabel 1, Tabel 2, dan Tabel 3.

Tabel 1.
Hasil Perhitungan Pertumbuhan Ekonomi (N_{ij})
Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017-2021 (Juta Rupiah)

No	Lapangan Usaha	E _{ij}	R _n	N _{ij}
1.	<u>Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan</u>	35.394.694	0,12	4.404.583,4
2.	<u>Pertambangan dan Penggalian</u>	6.338.267	0,12	788.746,066
3.	<u>Industri Pengolahan</u>	16.540.818	0,12	2.058.371,02
4.	<u>Pengadaan Listrik dan Gas</u>	168.197	0,12	20.930,7563
5.	<u>Pengadaan Air, Water Supply</u>	156.736	0,12	19.504,5276
6.	<u>Konstruksi</u>	14.075.895	0,12	1.751.631,29
7.	<u>Perdagangan Besar dan Eceran, Wholesale and Retail Trade</u>	24.279.260	0,12	3.021.357,54
8.	<u>Transportasi dan Pergudangan</u>	18.762.202	0,12	2.334.804,29
9.	<u>Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum</u>	1.693.494	0,12	210.741,632
10.	<u>Informasi dan Komunikasi</u>	10.802.637	0,12	1.344.300,81
11.	<u>Jasa Keuangan dan Asuransi</u>	4.619.805	0,12	574.897,368
12.	<u>Real Estate</u>	3.025.616	0,12	376.513,441
13.	<u>Jasa Perusahaan</u>	685.063	0,12	85.250,5497
14.	<u>Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib</u>	8.659.075	0,12	1.077.551,85
15.	<u>Jasa Pendidikan</u>	5.954.627	0,12	741.005,171
16.	<u>Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</u>	2.154.589	0,12	268.121,175
17.	<u>Jasa Lainnya</u>	2.673.387	0,12	332.681,39
				19.410.992,3
18.	<u>Pariwisata</u>	44.734.956	0,12	5.566.903

Sumber: Hasil Olahan Penelitian, 2022

Perhitungan dari pertumbuhan ekonomi (N_{ij}) sebesar Rp. 19.410.992,3 Juta. Dalam hal ini Sumatera Barat secara keseluruhan sektor lapangan usaha nya masih bergantung kepada perekonomian

Indonesia. Kemudian sektor yang memiliki nilai tertinggi adalah sektor pariwisata dengan nilai Rp. 5.566.903 Juta. Hasil terendah adalah sektor pengadaan Air sebesar Rp. 19.504,5276 Juta.

Tabel 2.
Hasil Perhitungan Bauran Industri (M_{ij}) Provinsi Sumatera Barat
Tahun 2017-2021 (Juta Rupiah)

No	Lapangan Usaha	2017	r _{in-rn}	M _{ij}
1.	<u>Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan</u>	35.394.694	-0,02	-778.222,87
2.	<u>Pertambangan dan Penggalian</u>	6.338.267	-0,10	-1.592.112,9
3.	<u>Industri Pengolahan</u>	16.540.818	-0,01	-92.158,263
4.	<u>Pengadaan Listrik dan Gas</u>	168.197	-0,07	-11.320,761
5.	<u>Pengadaan Air, Water Supply</u>	156.736	0,07	10.576,89
6.	<u>Konstruksi</u>	14.075.895	-0,01	-81.639,138
7.	<u>Perdagangan Besar dan Eceran, Wholesale and Retail Trade</u>	24.279.260	-0,00	-14.660,933
8.	<u>Transportasi dan Pergudangan</u>	18.762.202	-0,14	-2.536.905,7
9.	<u>Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum</u>	1.693.494	-0,09	-145.326,42
10.	<u>Informasi dan Komunikasi</u>	10.802.637	0,31	3.296.590,5
11.	<u>Jasa Keuangan dan Asuransi</u>	4.619.805	0,02	91.398,5051
12.	<u>Real Estate</u>	3.025.616	0,04	120.565,444
13.	<u>Jasa Perusahaan</u>	685.063	0,03	22.455,2765
14.	<u>Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib</u>	8.659.075	-0,03	-278.353,71
15.	<u>Jasa Pendidikan</u>	5.954.627	0,05	282.853,703
16.	<u>Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</u>	2.154.589	0,22	483.031,58
17.	<u>Jasa Lainnya</u>	2.673.387	-0,03	-72.865,379
				-1.296.094,2
18.	<u>Pariwisata</u>	44.734.956	0,03	1.197.663

Sumber: Hasil Olahan Penelitian, 2022

Tabel 2. Menyajikan hasil perhitungan bauran industri diperoleh hasil Rp. -1.296.094,2 Juta yaitu hasil negatif, artinya pertumbuhan industri Sumatera Barat

masih lambat. Nilai bauran industri tertinggi adalah jasa kesehatan dan nilai terendah adalah transportasi dan pergudangan

Tabel 3.
Hasil Perhitungan Keunggulan Kompetitif (C_{ij})
Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017-2021 (Juta Rupiah)

No	Lapangan Usaha	E _{ij}	rij-rin	C _{ij}
1.	<u>Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan</u>	35.394.694	-0,01	-205.834,54
2.	<u>Pertambangan dan Penggalian</u>	6.338.267	0,06	387.613,787
3.	<u>Industri Pengolahan</u>	16.540.818	-0,11	-1.885.770,8
4.	<u>Pengadaan Listrik dan Gas</u>	168.197	-0,01	-2.433,9955
5.	<u>Pengadaan Air, Water Supply</u>	156.736	-0,06	-9.262,4175
6.	<u>Konstruksi</u>	14.075.895	0,03	454.348,848
7.	<u>Perdagangan Besar dan Eceran, Wholesale and Retail Trade</u>	24.279.260	0,07	1.676.623,39
8.	<u>Transportasi dan Pergudangan</u>	18.762.202	-0,03	-558.595,55
9.	<u>Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum</u>	1.693.494	0,00	314,786691
10.	<u>Informasi dan Komunikasi</u>	10.802.637	-0,05	-583.402,3
11.	<u>Jasa Keuangan dan Asuransi</u>	4.619.805	-0,01	-41.104,873
12.	<u>Real Estate</u>	3.025.616	-0,02	-52.220,885
13.	<u>Jasa Perusahaan</u>	685.063	-0,07	-47.733,826
14.	<u>Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib</u>	8.659.075	0,04	382.178,862
15.	<u>Jasa Pendidikan</u>	5.954.627	0,07	390.408,126
16.	<u>Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</u>	2.154.589	-0,02	-41.376,755
17.	<u>Jasa Lainnya</u>	2.673.387	0,02	51.019,9882
				-85.228,107
18.	<u>Pariwisata</u>	44.734.956	-0,06	-2.776.213,789

Sumber: Hasil Olahan Penelitian, 2022

Tabel 3. menyajikan sektor yang berdaya saing atau yang kompetitif di Sumatera Barat yaitu yang hasil analisis shift share terutama pada komponen keunggulan kompetitif (C_{ij}) bernilai positif. Sementara hasil temuan diperoleh nilai C_{ij} Rp. -85.228,107 Juta dimana hasil akhirnya adalah negatif, yang berarti keunggulan kompetitif atau daya saing di Provinsi Sumatera Barat kurang atau lemah. Kemudian sektor pariwisata yang menjadi tempat beradanya produk-produk industri kreatif juga mendapatkan hasil negatif, menunjukkan pariwisata yang menjadi tempat pusat penjualan produk industri kreatif belum berdaya saing.

Industri pariwisata menawarkan berbagai jenis pekerjaan mapun produk kreatif yang dapat menyerap sejumlah besar tenaga kerja (Jannah & Ilma Silfiah, 2023). Sebagian besar pengelolaan objek wisata di Sumatera Barat dilakukan oleh masyarakat lokal atau setempat dan pemerintah daerah, namun pemanfaatannya masih belum optimal (Khairunnisa et al., 2021). Perlu adanya pengembangan terhadap objek wisata di Sumatera Barat sehingga berskala internasional dan dikenal oleh banyak wisatawan. Oleh karena dampak dari adanya peningkatan ekonomi kreatif dapat menimbulkan multiplier effect bagi masyarakat lainnya maka perlu adanya dukungan semua pihak dan

unsur untuk berkolaborasi dalam membangun dan mempercepat pembangunan ekonomi kreatif ini (Wiryo et al., 2015).

Sektor Unggulan di Sumatera Barat Berdasarkan Analisis *Location Quotient*

Sumatera Barat mempunyai berbagai potensi dalam bidang pariwisata seperti wisata untuk destinasi sejarah, kuliner, rekreasi, desnitasi bahari. Karena potensi tersebut, maka adanya pemahaman mengenai pentingnya faktor pariwisata dalam meningkatkan ekonomi daerah sangat diperlukan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna untuk pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di daerah sehingga dapat menjadi potensi dalam

perekonomian daerah Sumatera Barat.

Untuk mengidentifikasi potensi aktivitas ekonomi atau sektor unggulan di suatu provinsi atau wilayah, digunakan metode *Location Quotient*, yang membandingkan fungsi suatu sektor industri pada daerah tertentu dengan fungsi sektor industri tersebut secara nasional (Basorudin et al., 2021). Hasil temuan diperoleh tidak semua sektor lapangan usaha menjadi sektor unggulan karena memiliki nilai LQ yang kecil dari 1, sementara yang memenuhi kriteria sebagai sektor unggulan adalah yang memiliki nilai LQ besar dari 1. Salah satu contohnya adalah sektor pariwisata, yang memperoleh nilai LQ sebesar 10,93. Pada Tabel 4 dikemukakan mengenai hasil perhitungan yang diperoleh.

Tabel 4.
Hasil Perhitungan *Location Quotient* (LQ) Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017-2021

No	Lapangan Usaha	Tahun					Σ	Rata-rata LQ
		2017	2018	2019	2020	2021		
1.	<u>Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan</u>	1,82	1,83	1,82	1,81	1,81	9,09	3,03
2.	<u>Pertambangan dan Penggalian</u>	0,49	0,51	0,55	0,55	0,52	2,62	0,87
3.	<u>Industri Pengolahan</u>	0,44	0,42	0,39	0,40	0,40	2,05	0,68
4.	<u>Pengadaan Listrik dan Gas</u>	0,43	0,43	0,43	0,42	0,42	2,13	0,71
5.	<u>Pengadaan Air, Water Supply</u>	1,17	1,14	1,16	1,10	1,11	5,68	1,89
6.	<u>Konstruksi</u>	0,88	0,90	0,92	0,92	0,91	4,53	1,51
7.	<u>Perdagangan Besar dan Eceran, Wholesale and Retail Trade</u>	1,11	1,12	1,13	1,18	1,18	5,72	1,91
8.	<u>Transportasi dan Pergudangan</u>	2,96	2,97	2,96	2,89	2,88	14,66	4,89
9.	<u>Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum</u>	0,33	0,34	0,34	0,33	0,33	1,67	0,56
10.	<u>Informasi dan Komunikasi</u>	1,32	1,32	1,31	1,26	1,27	6,48	2,16
11.	<u>Jasa Keuangan dan Asuransi</u>	0,75	0,74	0,72	0,70	0,75	3,66	1,22
12.	<u>Real Estate</u>	0,63	0,63	0,63	0,62	0,62	3,13	1,04
13.	<u>Jasa Perusahaan</u>	0,26	0,25	0,24	0,24	0,24	1,23	0,41
14.	<u>Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib</u>	1,63	1,64	1,68	1,69	1,70	8,34	2,78
15.	<u>Jasa Pendidikan</u>	1,17	1,18	1,20	1,23	1,24	6,02	2,01
16.	<u>Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial</u>	1,22	1,23	1,23	1,22	1,21	6,11	2,04
17.	<u>Jasa Lainnya</u>	0,99	1,00	0,99	0,95	1,01	4,94	1,65
18.	<u>Pariwisata</u>	6,83	6,47	6,27	6,73	6,48	32,78	10,93

Sumber: Hasil Olahan Penelitian, 2022

Nilai LQ yang besar dari 1 pada beberapa sektor menunjukkan kemampuannya untuk mengirimkan

produk dari dalam daerah ke luar wilayah Provinsi Sumatera Barat. Menurut Basuki dan Mujiharjo,

semakin tinggi hasil perhitungan LQ, maka kinerjanya semakin pada sektor tersebut. Oleh karena itu, nilai hasil perhitungan LQ mencerminkan keunggulan kompetitif daerah tersebut (Basuki & Mujiraharjo, 2017). Sektor dengan LQ di bawah 1 masih belum mampu mencukupi kebutuhan di tingkat kabupaten dan sering kali harus mengimpor luar daerah (Pesurnay & Parera, 2018).

Pada sektor pariwisata mendapatkan nilai LQ > 1 dan yang paling unggul selama periode tahun 2017-2021 yaitu sebesar 10,93. Ini artinya bahwa sektor pariwisata di Sumatera Barat sangat berpotensi mendukung perekonomian Sumatera Barat. Karena itu, manajemen destinasi wisata di Provinsi Sumatera Barat perlu dikelola menjadi lebih baik lagi agar semakin menarik bagi pengunjung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan peran dan potensi sektor pariwisata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Provinsi Sumatera Barat. Dengan demikian, sektor pariwisata menjadi sektor utama yang dapat terus diperkuat dan dikembangkan guna memacu pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut.

Sumatera Barat yang saat ini menjadi salah satu daerah yang memiliki destinasi wisata dengan berbagai pilihan objek wisata menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini juga didukung oleh adanya transportasi yang memadai sehingga objek wisata menjadi mudah dijangkau. Kemudian Sumatera Barat juga pernah memperoleh beberapa penghargaan internasional dalam kegiatan kepariwisataan (Mardiah & Herlinda, 2017). Selain di Indonesia, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang saat ini berpengaruh dalam peningkatan dan

pertumbuhan perekonomian di banyak negara (Subardini, 2018).

Pemetaan dan Potensi Industri Kreatif di Sumatera Barat

Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengubah klasifikasi sub-sektor industri kreatif yang awalnya adalah 15 sub-sektor, berubah menjadi 16 sub-sektor. Sedangkan menurut OPUS Ekonomi Kreatif 2020, subsektor ekonomi kreatif berubah menjadi 17 subsektor. Adapun 17 subsektor tersebut adalah (1) Aplikasi dan Pengembang Permainan, (2) Arsitektur, (3) Desain Interior, (4) Desain Komunikasi Visual, (5) Desain Produk, (6) Fashion, (7) Film, Animasi dan Video, (8) Fotografi, (9) Kriya, (10) Kuliner, (11) Musik, (12) Penerbitan, (13) Pengembang Permainan, (14) Periklanan, (15) Seni Pertunjukan, (16) Seni rupa, (17) Televisi dan Radio.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat bahwa pelaku ekonomi kreatif di Sumatera Barat berjumlah 729 pelaku ekonomi kreatif. Pelaku ekonomi kreatif yang terbanyak berada di Kota Padang (berjumlah 119 pelaku usaha) dan dari Kabupaten Solok Selatan serta Kabupaten Kepulauan Mentawai berjumlah 1 pelaku ekonomi kreatif.

Kemudian berdasarkan data pelaku ekonomi kreatif per sub sektor yang tercatat di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dapat disimpulkan bahwa pelaku ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Tanah Datar, Pesisir Selatan, Payakumbuh, Padang Panjang, Solok Selatan, Kabupaten Solok, Kabupaten Sinjung, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Dharmasraya dan Kota Pariaman sebagian besar didominasi oleh industri kuliner.

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa Kota Padang, Kota Bukittinggi dan Kota Sawahlunto sebagian besar didominasi oleh sub sektor seni pertunjukan yang dapat menjadi sub sektor industri kreatif unggulannya. Selanjutnya Pasaman Barat dan Kabupaten Agam sebagian

besar didominasi oleh sub sektor fashion yang dapat menjadi sub sektor industri kreatif unggulannya. Sementara itu Kota Solok sebagian besar didominasi oleh sub sektor kriya yang dapat menjadi sub sektor industri kreatif unggulannya.

Tabel 5.
Klasifikasi Pelaku Ekonomi Kreatif Per Sub Sektor yang Tercatat di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

NO	KAB/KOTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	JUM LAH
1	TANAH DATAR			1	1	2	4			2	45					5	1		61
2	PESISIR SELATAN								3	5	6					3			17
3	PASAMAN BARAT			1		3	4	2		1	3						1		15
4	SOLOK SELATAN						3			1	10					1			15
5	KAB. SOLOK			2		1	2	1		1	9	4				3			23
6	SIJUNJUNG						1		3	13	18					17			52
7	LIMA PULUH KOTA								3		4			1					8
8	DHARMASRAYA										12								12
9	AGAM					1	7		4		5	1							18
10	PADANG PARIAMAN																		0
11	MENTAWAI																		0
12	PASAMAN																		0
13	PADANG					1	9	2		11	5	1			1	19	1		50
14	PARIAMAN										1								1
15	PADANG PANJANG	6		1	1	1	3	1	2	2	11	1				2	1		32
16	BUKITTINGGI					1	8		6	3	6	2			1	10	2		39
17	PAYAKUMBUH						2	1		1	4					2			10
18	SAWAHLUNTO					4	3		1	3	3					5			19
19	SOLOK				1	1	1	2	1	5	3					3	1		18
	JUMLAH	6	0	5	3	15	47	9	23	48	145	9	0	1	2	70	7	0	

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Keterangan: 1. Aplikasi dan Pengembang Permainan; 2. Arsitektur; 3. Desain Interior; 4. Desain Komunikasi Visual; 5. Desain Produk; 6. Fashion; 7. Film, Animasi dan Video; 8. Fotografi; 9. Kriya; 10. Kuliner; 11. Musik; 12. Penerbitan; 13. Pengembang Permainan; 14. Periklanan; 15. Seni Pertunjukan; 16. Seni rupa; 17. Televisi dan Radio.

Tabel 5. menunjukkan sebaran pelaku usaha kreatif pada setiap Kabupaten/Kota di Sumatera Barat. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa Tanah Datar merupakan daerah yang paling banyak memiliki pelaku industri kreatif dengan jumlah sebanyak 61

pelaku usaha atau 15,6%. Disusul oleh Sijunjung dan Kota Padang dengan masing-masing 52 dan 50 pelaku usaha kreatif atau 13,32% dan 12,8%. Sedangkan di Kota Bukittinggi dan Kota Padang Panjang hanya ada 39 dan 32 pelaku usaha kreatif. Sedangkan untuk presentase sub

sektor industri kreatif masih di dominasi oleh industri kuliner sebesar 37,2% dan seni pertunjukkan sebesar 17,9%.

Dalam hasil penelitian dapat diketahui bahwa pelaku industri kreatif di Sumatera Barat mencapai kurang lebih 389 pelaku usaha yang tersebar di 19 Kabupaten/Kota di Sumatera Barat, hasilnya terlihat pada Gambar 1.



Data presentase pada setiap sub sektornya dikemukakan dalam Gambar 2.



Data penelitian diperoleh mayoritas industri kreatif di Sumatera Barat berfokus pada usaha kuliner, yaitu sebesar 37,2%, dengan sebagian besar berlokasi di Kabupaten Tanah Datar, Pesisir Selatan, Payakumbuh, Padang Panjang, Solok Selatan, Kabupaten Solok, Kabupaten Sijunjung, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Dharmasraya, dan Kota Pariaman. Hasil pemetaan ini menjadi penting bagi pemerintah daerah sebagai bahan pertimbangan pada saat menentukan dan membuat kebijakan yang akan menumbuhkan serta meningkatkan daya saing

produk-produk yang menjadi unggulan daerah.

KESIMPULAN

Hasil temuan dalam analisis shift share, terdapat tujuh sektor yang berdaya saing atau kompetitif di Sumatera Barat pada periode 2017-2021, yaitu: sektor perdagangan besar dan eceran, sektor konstruksi, sektor jasa pendidikan, sektor pertambangan dan penggalian, sektor administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib, sektor penyediaan akomodasi dan makan minum, serta sektor jasa lainnya. Sementara itu, sektor pariwisata belum menunjukkan daya saing yang kuat. Hasil analisis Location Quotient menunjukkan bahwa ada 13 sektor basis dan unggulan di Provinsi Sumatera Barat selama periode 2017-2021 dengan nilai LQ > 1, di mana sektor pariwisata termasuk yang paling unggul di provinsi ini.

Pemetaan industri kreatif di Sumatera Barat menunjukkan bahwa pelaku usaha kreatif tersebar di Tanah Datar, Kabupaten Sijunjung, Kota Padang, Kota Bukittinggi, dan Kota Padang Panjang. Sub-sektor produk industri kreatif didominasi oleh industri kuliner dan produk industri seni pertunjukan. Potensi industri kreatif di bidang kuliner banyak terdapat di Kabupaten Tanah Datar, Pesisir Selatan, Payakumbuh, Padang Panjang, Solok Selatan, Kabupaten Solok, Kabupaten Sijunjung, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Dharmasraya, dan Kota Pariaman.

Hasil pemetaan dapat memberikan panduan bagi pemerintah Sumatera Barat untuk fokus pada pengembangan sub sektor kuliner, seni pertunjukan, kriya, fashion, fotografi, dan desain produk sebagai sub-sektor industri kreatif mempunyai keunikan dan menjadi

unggulan. Sehingga produk-produk industri kreatif dapat semakin dikenal oleh masyarakat luas baik di dalam maupun di luar negeri serta bisa meningkatkan dan mendorong pertumbuhan ekspor produk-produk industri kreatif.

REFERENSI

- Aisyah, H., Puspita, S., & Elizamiharti, E. (2022). Resource-Based View: Strategi Umkm Di Sumatera Barat Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 5(2), 109–120. <https://doi.org/10.26533/jmd.v5i2.1029>
- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*. Bekraf, Jakarta.
- Bahren, B., Hidayat, H. N. N., Sudarmoko, S., & Setyaka, V. (2014). Industri Kreatif Berbasis Potensi Seni Dan Sosial Budaya Di Sumatera Barat. *Ekspresi Seni*, 16(1), 133. <https://doi.org/10.26887/ekse.v16i1.24>
- Basorudin, M., Afifah, N., Rizqi, A., Yusuf, M., Humairo, N., & Marwinda, L. S. (2021). Analisis Location Quotient dan Shift Share Sektor Pariwisata Sebagai Indikator Leading Sector di Indonesia. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 89–101. [http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo de Titulacion.pdf](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20de%20Titulacion.pdf) <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/GUIA-METODOLOGICA-EF.pdf> <http://dx.doi.org/10.1016/j.fishres.2013.04.005> <https://doi.org/10.1038/s41598-020->
- Basuki, M., & Mujiraharjo, F. N. (2017). Analisis Sektor Unggulan Kabupaten Sleman dengan Metode Shift Share dan Location Quotient. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 15(1), 52–60. <https://doi.org/10.4103/2276-7096.188531>
- Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. (2021). *Rencana Strategis (RENSTRA) Tahun 2021-2026 Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat*.
- Eni, P., Puji Astuti, A., Furqon Alfaridzhi, M., & Panorama, M. (2022). Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Pada Kawasan Urban di Kota Palembang. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 265–276. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.258>
- 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>
- Jannah, R., & Ilma Silfiah, R. (2023). Pengembangan Wisata Halal Pemandian Alam Banyubiru di Kabupaten Pasuruan dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 11(2), 15–30. <https://doi.org/10.47828/jianasian.v11i2.159>
- Kartika, V. (2017). Industri Kreatif: Motor Penggerak UMKM Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *Seminar Nasional 6th UNS SME's SUMMIT & Awards*, 291–300. <https://pspkumkm.lppm.uns.ac.id/wp->

- content/uploads/sites/21/2017/03/26-vita-kartika-sari-291-300.pdf
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Jakarta.
- Khairunnisa, K., Kusumastanto, T., & Fahrudin, A. (2021). Peran Sektor Pariwisata Dalam Perekonomian Provinsi Sumatera Barat. *MarIsland*, 1(1), 24–32. <https://doi.org/10.31629/jm.v1i1.2648>
- LKIP Dinas Pariwisata dan Ekonomi Sumatera Barat. (2015). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah*. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat.
- Mardiah, A., & Herlinda, H. (2017). Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Syariah Di Sumatera Barat. *Sosial Budaya*, 14(2), 200. <https://doi.org/10.24014/sb.v14i2.4434>
- Netting, F. E., McMurtry, L. S., Thomas, M. L., & Kettner, M. P. (2023). *Social Work Macro Practice (7th Edition)*. Pearson Education Inc, The United States of America.
- Pasaribu, E., Anitasari, M., Gunawan, R., Ekaputr, R. A., & Putri, N. T. (2020). Analisis Shift Share Pada Transformasi Sektor Pertanian Dalam Perekonomian Wilayah Di Bengkulu. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 10(2), 129. <https://doi.org/10.35448/jequ.v10i2.9557>
- Pesurnay, R. T., & Parera, M. J. (2018). Analisis Tipologi Klassen dan Penentu Sektor Unggulan di Kota Ambon - Provinsi Maluku. *Jurnal Ekonomi Peluang*, 12(1), 51–71. <http://ejurnal.ukim.ac.id/index.php/peluang/article/view/324/237>
- Romarina, A. (2016). Economic Resilience Pada Industri Kreatif Guna Menghadapi Globalisasi dalam Rangka Ketahanan Nasional. *Jurnal Ekonomi Sosial*, 15(1), 35–32.
- Subardini, S. (2018). Analisis Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 1(2), 102–114. <https://doi.org/10.25139/jai.v1i2.815>
- Suharto, E. (2021). *Seminar Nasional dan Call for Papers 2021 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi-Semarang Analisis Perkembangan Ekspor Impor Komoditas Barang Ekonomi Kreatif Jawa Tengah 2016-2020*.
- Utami, R. M., & Lantu, D. C. (2014). Development Competitiveness Model for Small-Medium Enterprises among the Creative Industry in Bandung. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115(Icices 2013), 305–323. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.438>
- Wartoyo, W., & Haida, N. (2020). Pemetaan Industri Kreatif Di Kota Cirebon (Prospek Dan Tantangannya Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 6(2), 230–250. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v6i2.2501>
- Wiryono, S. K., Susatyo, H., Utomo, S., Suryanta, B., Sudrajad, O. Y., Lazuardi, K. M., & Yuanita, H. (2015). Risk Mapping on Dynamics Creative Industry: Case

Study at Bandung City, Indonesia.
*Procedia - Social and Behavioral
Sciences*, 169, 125–130.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.292>