

ROADMAP INDUSTRI KREATIF BERBASIS DIGITAL DI JAWA TIMUR

Arman Hakim Nasution¹, Lusi Zafriana², Lukmandono³

¹Jurusan Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya (ITS)

²Jurusan Teknik Industri, Universitas Kartini Surabaya

³Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS)

Email: armanhakim.nasution@gmail.com; lusizaf69@gmail.com; lukmandono@gmail.com

Abstrak

Industri kreatif merupakan bagian dari ekonomi kreatif, yang terdiri dari core kreatif industry, forward and backward linkage creative industry. Dari 14 sub sektor industri kreatif, ada 3 sektor yang masuk dalam kategori industri kreatif digital, yaitu : (1) Permainan interaktif, (2) Video, film dan fotografi dan (3) Layanan komputer dan piranti lunak. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat roadmap industri kreatif berbasis digital melalui pemetaan matrik strategi dengan menggunakan matriks internal eksternal. Hasil penelitian menunjukkan posisi industri kreatif digital Jawa Timur berdasarkan nilai skor IFAS sebesar 2,31 dan nilai skor EFAS sebesar 2,30 ada pada strategi pertumbuhan dan stabilitas. Dengan demikian industri kreatif digital dapat memperluas pangsa pasar yang sudah ada, memfasilitasi pengembangan dan teknologi dengan fokus pada peningkatan jenis produk dan jasa pada sisi internal maupun eksternal melalui kerjasama dengan berbagai pihak. Sedangkan dari sisi kategori produk industri kreatif digital ada 4 produk utama yang menjadi prioritas, yaitu game teknologi, animasi, robotika dan drone.

Kata kunci: Drone, Industri Kreatif Digital, Matriks Internal Eksternal, Game Teknologi,

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan semua sektor industri yang ada di Jawa Timur diharapkan terus berkelanjutan. Hal ini tentu saja memerlukan pembenahan mendasar di segala sisi, karena perkembangan nilai tambah industri belum sepenuhnya ditopang oleh adanya perbaikan efisiensi, produktivitas tenaga kerja, serta aplikasi kreativitas secara simultan. Pada kenyataannya selama ini pertumbuhan *output* industri lebih bersifat *input driven* dibandingkan *productivity* maupun *creativity driven*. Oleh karena itulah, Jawa Timur juga perlu mencanangkan diri menjadi Provinsi berbasis industri kreatif. Aspek-aspek ekonomi kreatif dinilai menjadi sangat penting disaat telah diberlakukannya otonomi daerah, berdasarkan UU No. 22 tahun 1999 yang menyebabkan setiap daerah perlu berkompetisi secara positif dengan daerah lain dalam rangka meraih perhatian (*attention*), pengaruh (*influence*), pasar (*market*), tujuan bisnis & investasi (*business & investment destination*), turis (*tourist*), tempat *tinggal penduduk (residents)*, orang-orang berbakat (*talents*), pelaksanaan kegiatan (*events*). Ditetapkannya otonomi daerah tersebut menuntut kreativitas dalam upaya memperoleh Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui sektor industri manufaktur, industri kimia, maupun industri jasa yang telah mapan.

Sesuai dengan Instruksi Presiden RI No 6 tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, sasaran yang ingin dicapai adalah tumbuh dan berkembangnya kegiatan ekonomi kreatif sesuai potensi dan kearifan lokal di masing-masing wilayah. Jawa timur sebagai provinsi besar dan terkemuka di Indonesia, sudah sepatutnya dapat memberikan contoh tauladan yang baik dalam penerapan instruksi Presiden RI no 6 tahun 2009 tersebut. Beberapa alasan strategis yang mendasari hal tersebut adalah bahwa industri kreatif memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan. Selain itu, industri kreatif menciptakan iklim bisnis yang positif dan membangun citra serta identitas bangsa. Di sisi lain, industri kreatif berbasis pada sumber daya yang terbarukan, mampu menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif.

Fokus pembahasan dalam artikel ini adalah sektor industri kreatif digital yang ada di Jawa Timur. Perkembangan industri kreatif ini sangat ditentukan oleh hubungan yang harmonis antara akademisi (*intellectuals*), bisnis (*business*), pemerintah (*government*) dan media massa (*Pers*). Keempat aktor tersebut sangat menentukan munculnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan

teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang dan bersimbiosis mutualisme antara empat aktor tersebut akan menghasilkan industri kreatif yang kuat dan berkesinambungan. Keempat aktor tersebut harus terus berkontribusi dalam pengembangan industri kreatif. Jika salah satu faktor berkinerja kurang baik maka industri kreatif juga tidak akan bisa berkembang dengan baik. Untuk mendukung pengembangan industri ini perlu dilakukan pemetaan melalui analisis SWOT. Tujuan dari analisis SWOT (Jogiyanto, 2005) diantaranya adalah: mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal, menganalisis kondisi dan membuat perencanaan strategi untuk menghadapi permasalahan yang akan datang.

2. METODOLOGI

Secara garis besar metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Melakukan penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada pelaku industri kreatif digital untuk memberikan penilaian lingkungan internal sesuai dengan bobot dan kepentingan variabel penelitian (variabel industri, teknologi, SDM, bahan baku dan kemitraan institusi)
- b. Memetakan potensi kekuatan dan kelemahan (faktor internal), peluang dan ancaman (faktor eksternal) industri kreatif digital dengan menggunakan metode SWOT. Dari analisis seluruh faktor internal dan eksternal dapat dihasilkan empat macam strategi organisasi dengan karakteristiknya masing-masing (Rangkuti, F., 2006).
- c. Membuat matriks IFAS (*internal strategic factor analysis*), EFAS (*external strategic factor analysis*), matriks Internal Eksternal (MIE) dengan pembobotan masing-masing variabel menggunakan metode AHP (*analytical hierarchy process*). Data SWOT kualitatif digunakan untuk merumuskan rencana strategis berdasarkan unsur-unsur dari usulan kerangka kualitatif (Bas, 2013).
- d. Merencanakan pemetaan strategi dan aksi pengembangan (*roadmap*) sebagai dasar pengembangan industri kreatif digital selama masa waktu 5 tahun. Kategori produk industri kreatif digital yang diprioritaskan adalah game teknologi, animasi, robotika dan drone.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil studi di lapangan dapat disusun beberapa input untuk kondisi eksternal maupun internal atas karakteristik industri kreatif digital Jawa Timur saat ini. Dengan memperhatikan kondisi eksisting industri kreatif digital ini, maka variabel indikator yang ditetapkan untuk menjadi atribut strategi pemetaan adalah faktor industri, terutama pasar, faktor teknologi dan manajemennya, faktor sumber daya manusia, faktor bahan baku, dan aktor kemitraan institusi. Analisis SWOT dapat digunakan dengan berbagai cara untuk membantu analisis strategi (Pearce, 1997). Peta kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman industri kreatif digital yang telah terbangun kemudian di analisis dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS.

Matriks IFAS, EFAS dan MIE

Matrik IFAS dan EFAS merupakan penjabaran detail secara kuantitatif atas variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dalam matriks ini penentuan rating dilakukan dengan menggunakan skala nilai 1 (sangat kecil) hingga nilai 4 (sangat besar). Sedangkan nilai bobot menggunakan range nilai antara 0 sampai dengan 1. Nilai bobot 0 menunjukkan tidak penting hingga nilai bobot 1 menunjukkan sangat penting. Matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman digunakan sebagai sebuah alat pencocokan yang penting bagi pengambil keputusan untuk mengembangkan empat jenis strategi (R David., F, 2002), yaitu: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan, ancaman. Hasil matriks IFAS dan EFAS ditunjukkan pada Tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Matriks IFAS

No.	FAKTOR - FAKTOR STRATEGI INTERNAL			Imp.	RATING	Imp. X RATING	
KEKUATAN							
1	INDUSTRI	0,513	Sebagian besar subsektor merupakan industri jasa	0,34	0,1745	4	0,6981
			Dalam hal jalur distribusi untuk pemasaran semakin banyak, misalnya: pasar modern, galeri, mini store, dsb	0,33	0,1694	4	0,6776
			Konektivitas melalui sarana virtual semakin membaik seiring industri ICT yang bertumbuh	0,33	0,1694	3	0,5082
2	TEKNOLOGI	0,275	Tersedianya sistem piranti lunak terbuka yang free & tetap user friendly untuk mendukung sistem manajemen yang lebih baik	0,50	0,1376	2	0,2751
			Kondisi teknologi komunikasi dan informasi yang lebih baik untuk kelancaran usaha	0,50	0,1376	2	0,2751
3	SDM	0,044	Tumbuhnya para pelaku usaha baru di industri ini	0,50	0,0218	3	0,0653
			Profesi di industri ini mulai mendapatkan apresiasi dari masyarakat	0,50	0,0218	3	0,0653
4	BAHAN BAKU	0,065	Kekayaan dan keunikan sumber daya alam yang tidak dimiliki negara lain	0,50	0,0327	4	0,1307
			Kekayaan dan keunikan budaya sebagai salah satu sumber inspirasi pengembangan jasa & produk industri kreatif	0,50	0,0327	4	0,1307
5	KEMITRAAN INSTITUSI	0,103	Dukungan pemerintah atas pengembangan ekonomi kreatif sudah muncul, baik melalui insitusi non finansial maupun finansial	0,50	0,0513	3	0,1540
			Adanya komunitas ataupun Asosiasi pemangku kepentingan di masing-masing Subsektor	0,50	0,0513	3	0,1540
TOTAL				1,0			3,1342
No.	FAKTOR - FAKTOR STRATEGI INTERNAL			Imp.	RATING	Imp. X RATING	
KELEMAHAN							
1	INDUSTRI	0,513	Lokasi industri yang rata-rata masih jauh dari bahan baku	0,34	0,1745	2	0,3491
			Daya tawar yang rendah dibandingkan distributor	0,33	0,1694	2	0,3388
			Beberapa subsektor industri kreatif masih bermain di produk yang kurang menarik sehingga daya saing lemah	0,33	0,1694	1	0,1694
2	TEKNOLOGI	0,275	Lemahnya penguasaan teknologi & sistem informasi para pelaku usaha	0,33	0,0908	1	0,0908
			Harga hardware yang tinggi	0,34	0,0935	2	0,1871
			Mudahnya kegiatan pembajakan sebagai jalan pintas bagi para pelaku usaha	0,33	0,0908	1	0,0908
3	SDM	0,044	Jumlah dan kualitas SDM sebagai pondasi kurang memadai	0,50	0,0218	1	0,0218
			Belum terjadi pertukaran pemikiran dan skill diantara komunitas para pelaku industri ini	0,50	0,0218	1	0,0218
4	BAHAN BAKU	0,065	Lemahnya pengolahan sumber daya alam menjadi barang jadi yang lebih bernilai	0,34	0,0222	2	0,0444
			Lemahnya penanganan eksplorasi ilegal atas sumber daya alam	0,33	0,0216	1	0,0216
			Kurangnya budidaya untuk keberlanjutan sumber daya alam	0,33	0,0216	1	0,0216
5	KEMITRAAN INSTITUSI	0,103	Kurangnya lembaga pembiayaan yang mau membiayai industri kreatif	0,33	0,0339	1	0,0339
			Kebijakan & regulasi tentang bahan baku, impor, & ekspor yang tidak mendukung industri kreatif domestik	0,33	0,0339	2	0,0678
			Maraknya pembajakan & pelanggaran HKI	0,34	0,0349	1	0,0349
TOTAL				1,0			1,4936

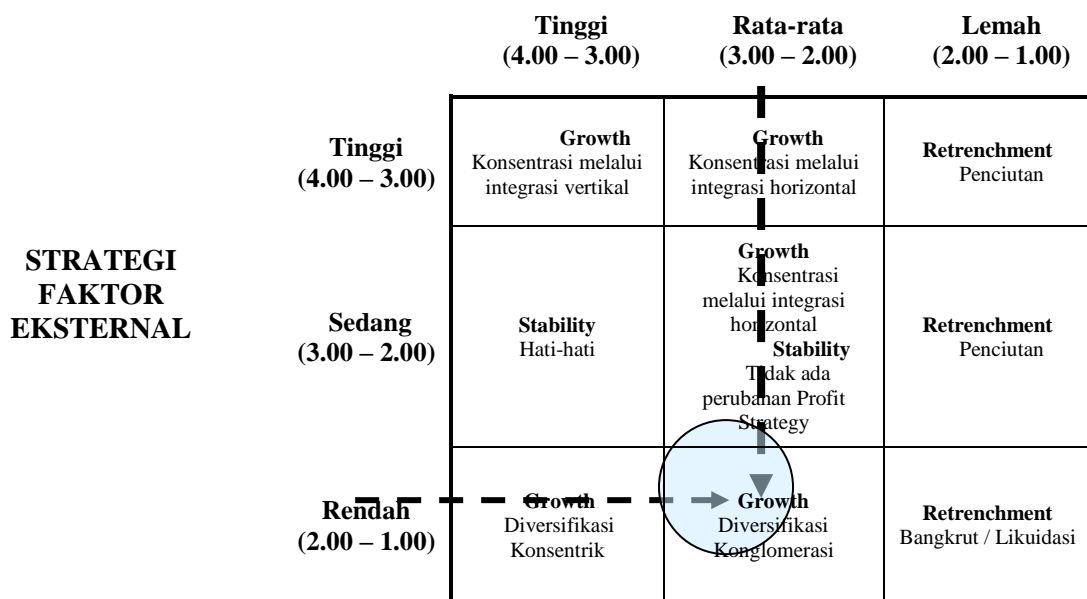
Hasil *score* kekuatan internal sebesar 3,1342 dan kelemahan internal sebesar 1,4936 diperoleh rata-rata nilai internal faktor sebesar 2,31. Sedangkan untuk hasil *score* peluang eksternal sebesar 3,3362 dan ancaman eksternal sebesar 1,2251 diperoleh rata-rata nilai eksternal faktor sebesar 2,30. Karena nilai IFAS ada diantara 2.00 – 3.00, maka dalam matrik posisinya ada di posisi rata – rata. Sementara nilai EFAS yang juga diantara 2.00 – 3.00, maka dalam matrik posisinya ada di posisi menengah. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci, yaitu score bobot IFAS total pada sumbu x dan skor bobot EFAS total pada sumbu y. Skor bobot total yang diperoleh dari kedua matriks itu kemudian dijadikan dasar untuk membangun matriks IE seperti pada Gambar 1. Dengan pertimbangan tersebut pertemuan diantara skor IFAS dan EFAS mengarahkan posisi kondisi industri kreatif digital Jawa Timur untuk menerapkan strategi Pertumbuhan dan Stabilitas.

Tujuan strategi ini adalah relatif lebih defensif, tetapi sekaligus meraih pasar dengan menghindari kehilangan pasar berlebihan dan kehilangan profit. Industri Kreatif Digital Jawa Timur dapat memilih untuk memperluas pangsa pasar yang sudah ada, memfasilitasi pengembangan dan teknologi dengan fokus pada peningkatan jenis produk dan jasa pada sisi internal, atau dari sisi eksternal melakukan kerjasama / *joint venture* dengan selain Lembaga Pemerintah, adalah Lembaga Keuangan, industri yang jauh lebih berpengalaman dalam aspek pasar maupun pembiayaan melalui CSR (*Corporate Sociality Respons*).

Tabel 2. Matriks EFAS

No.	FAKTOR - FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL			Imp.	RATING	Imp. X RATING	
PELUANG							
1	INDUSTRI	0,513	Potensi Pasar Domestik masih besar	0,34	0,1745	4	0,6981
			Apresiasi Pasar Ekspor yang tinggi terhadap originalitas suatu karya seni, budaya, dan desain	0,33	0,1694	4	0,6776
			Industri kreatif domestik memberi kesempatan pemain lokal bermain lebih baik daripada pemain luar negeri	0,33	0,1694	3	0,5082
2	TEKNOLOGI	0,275	Semakin banyak tumbuhnya komunitas pengguna software yang sadar akan legal activity	0,50	0,1376	3	0,4127
			Semakin dikembangkan berbagai teknologi yang mendukung konektivitas virtual oleh industri telekomunikasi	0,50	0,1376	3	0,4127
3	SDM	0,044	Tumbuhnya Pustaka untuk Vokasional & Kegiatan Pelatihan di bidang subsektor industri kreatif	1,00	0,0435	3	0,1306
4	BAHAN BAKU	0,065	Potensi keunggulan biaya dari melimpahnya bahan baku	0,34	0,0222	4	0,0889
			Berpotensi sebagai pusat riset keragaman hayati	0,33	0,0216	3	0,0647
			Munculnya potensi pengelolaan sampah atas penggunaan SDA oleh industri	0,33	0,0216	3	0,0647
5	KEMITRAAN INSTITUSI	0,103	Adanya komitmen pemerintah untuk perbaikan penyaluran dana	0,33	0,0339	3	0,1016
			Adanya perhatian dari industri besar melalui CSR untuk pembiayaan	0,33	0,0339	3	0,1016
			Adanya perhatian dunia pendidikan untuk kegiatan skill & knowledge	0,34	0,0349	3	0,1047
TOTAL				1,0			3,3662
No.	FAKTOR - FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL			Imp.	RATING	Imp. X RATING	
ANCAMAN							
1	INDUSTRI	0,513	Kekuatan harga dan mutu produk RRC	0,34	0,1745	1	0,1745
			Kekuatan inovasi produk-produk impor	0,33	0,1694	1	0,1694
			Lokasi industri domestik sendiri yang terkadang masih sulit dijangkau penyalur	0,33	0,1694	2	0,3388
2	TEKNOLOGI	0,275	Maraknya kegiatan pembodohan terhadap para pelaku usaha untuk menggunakan jalan pintas dalam pemakaian teknologi secara ilegal	1,00	0,2751	1	0,2751
3	SDM	0,044	Banyak perginya SDM bertalenta ke Luar Negeri	0,50	0,0218	2	0,0435
			Ketimpangan penghargaan antara Pemain Asing dan anak negeri	0,50	0,0218	1	0,0218
4	BAHAN BAKU	0,065	Tingginya harga beli SDA karena kebijakan pemerintah	0,34	0,0222	1	0,0222
			Di sisi lain penanganan penyelundupan SDA ke Cina kurang baik	0,33	0,0216	1	0,0216
			Memunculkan potensi jalan pintas penggunaan SDA ilegal	0,33	0,0216	1	0,0216
5	KEMITRAAN INSTITUSI	0,103	Menurunnya apresiasi dan budaya toleransi dalam negeri untuk maju bersama-sama	0,33	0,0339	2	0,0678
			Lemahnya penanganan HKI	0,33	0,0339	1	0,0339
			Pembajakan yang akan terus menggerus kreatifitas	0,34	0,0349	1	0,0349
TOTAL				1,0			1,2251

STRATEGI FAKTOR INTERNAL



Gambar 1. Matrik Internal Eksternal

Matriks Pemetaan Strategi dan Rencana Aksi Pengembangan Industri Kreatif Digital

Matriks pemetaan strategi dan rencana aksi pengembangan ini merupakan roadmap pengembangan industri kreatif di Jawa Timur dalam rentang 5 tahun mulai tahun 2015-2020. Strategi ini menggunakan kaidah SWOT dengan 4 kuadran pembentukan strategi yaitu strategi SO (menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), strategi WO (atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang), strategi ST (menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman), dan strategi WT (meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman). Adapun kategori produk industri yang menjadi prioritas pengembangan adalah Game Teknologi, Animasi, Robotika dan Drone.

Tabel 3. Roadmap Industri Kreatif Digital

Strategi SO	Rencana Aksi Pengembangan
Peningkatan Daya Tarik Subsektor Industri Kreatif Digital Jawa Timur	Memperluas jangkauan distribusi Meningkatkan Apresiasi Pasar terhadap Produk Kreatif Jawa Timur melalui informasi, publikasi, pencitraan, literature, dsb. Studi Bechmarking atas produk kebutuhan pasar baik domestik / luar negeri untuk pengukuran potensi mampu layanan Industri Kreatif Desain Produk Jawa Timur terhadap Pasar yang ada. Melakukan Promosi dalam dan luar negeri
Pembentukan Basis Teknologi Pendukung Industri Kreatif Digital Jawa Timur	Menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dan adil dalam memiliki akses pasar Membuat prioritas basis-basis pendukung teknologi kreatif digital, khususnya terkait Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Memfasilitasi koordinasi dan kolaborasi antara industri, lembaga riset pemerintah, dan pendidikan tinggi Mengembangkan inkubator-inkubator teknologi baik di lingkungan pendidikan maupun swasta
Peningkatan Jumlah Entrepreneur Kreatif di Jawa Timur	Memperbaiki dan mulai mengkhhususkan adanya spesialisasi penelitian industri kreatif digital di instansi Litbang Pemda Jawa Timur Mendukung para entrepreneur kreatif dalam kemudahan proses memulai dan menjalankan usaha
Pembentukan & memfasilitasi basis-basis teknologi yang mengolah sumber daya alam pendukung industri kreatif	Mendorong wirausahawan sukses berbagi pengalaman dan pengetahuannya dalam mendorong munculnya wirausahawan baru di kalangan pendidikan tinggi melalui Seminar, Mentoring, dan Pelatihan Membangun mekanisme kemitraan antara pelaku bisnis sebagai wadah Pelatihan Bisnis Memperkuat Koordinasi dan Kolaborasi Industri dengan Lembaga Riset Pemda dan Pendidikan Tinggi terkait bahan baku SDA yang terbarukan dan ramah lingkungan Mendukung riset material alternative bercirikan Indonesia, khususnya Jawa Timur Menentukan prioritas riset keragaman hayati Jawa Timur yang berpotensi untuk dipatenkan Memberikan bantuan dukungan peralatan pengolah bahan baku untuk UMKM/IKM berbasis Kreatif
Penciptaan Skema dan Lembaga Pembiayaan yang mendukung Industri Kreatif Jawa Timur	Mendorong terciptanya skema pembiayaan industri kreatif seperti untuk kredit perbankan, CSR, dsb Mengembangkan lembaga pembiayaan di sentra-sentra industri kreatif digital Jawa Timur Memberikan prioritas bantuan pembiayaan pada UMKM/IKM berbasis kreatif yang sudah feasible tetapi belum melakukan penyerapan dana Bank
Penguatan hubungan antara Bisnis, Pemerintah, Pendidikan, dan Keuangan	Mendorong Interaksi intensif antar Lembaga bisnis, pemerintah, budayawan, seniman, lembaga pendidikan tinggi dan lembaga pembiayaan di daerah-daerah Melakukan kecocokan pola pikir dan sudut pandang antara pelaku usaha melalui sentra-sentra industry kreatif dan lembaga pembiayaan
Strategi WO	Rencana Aksi Pengembangan
Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas untuk Keunggulan Bersaing	Melakukan penataan industri pendukung, misalnya melalui budidaya, relokasi, dan riset bahan baku alternatif Melakukan penataan jangkauan bahan baku yang lebih efektif melalui perbaikan infrastruktur transportasi dan komunikasi Memberikan insentif ekspor dan impor produk/jasa industri kreatif digital Jawa Timur Melakukan penataan sebaran industri dengan dilengkapi fasilitas pembinaan & pelatihan industri kreatif potensial di daerah-daerah

Penguatan Penguasaan & Pengembangan Teknologi Pendukung	Meningkatkan jumlah & mutu lembaga Diklat TIK di daerah-daerah
Penguatan Penguasaan & Pengembangan Teknologi Pendukung	Mengembangkan pengelolaan sertifikasi atas teknologi Mengintensifkan kerjasama riset dengan perguruan tinggi Mengembangkan internet di sentra-sentra industri kreatif di daerah-daerah
Peningkatan Jumlah SDM Kreatif di Jawa Timur	Meningkatkan anggaran pendidikan dengan proporsi yang signifikan untuk peningkatan kreativitas Evaluasi Kurikulum dengan fokus entrepreneurship berbasis kreativitas Membangun akses pertukaran informasi & pengetahuan di masyarakat baik secara online maupun offline Memperbaiki infrastruktur & kualitas pengajaran di lembaga pendidikan tinggi desain yang terkendala
Peningkatan Jumlah dan kualitas Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Ketrampilan Kreatif	Membangun mekanisme kerjasama antara Pemda Jatim & Industri Kreatif Besar Berpotensi untuk mengembangkan DIKLAT dengan sumber dana masyarakat/swasta Mendorong pihak swasta untuk turut membangun lembaga pendidikan tinggi yang berkualitas, berbiaya terjangkau dan bernilai guna di daerah-daerah Menciptakan <i>link and match</i> antara lulusan pendidikan tinggi dengan sector industry kreatif yang membutuhkan
Peningkatan Jumlah dan kualitas Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Ketrampilan Kreatif	Menjamin sistim standarisasi mutu pendidikan tinggi dengan evaluasi berkala, efektif, dan obyektif
Penguatan kapasitas kemampuan SDM dalam memanfaatkan bahan baku dari Alam	Melakukan intensifikasi pelatihan teknologi pengolahan material tepat guna dan ramah lingkungan Melakukan intensifikasi kerjasama antar pendidikan tinggi dalam riset teknologi material Kampanye pentingnya kreativitas dan HKI Memberantas praktek pembajakan produk kreatif
Penciptaan penghargaan HKI	Melaksanakan aturan kebijakan atas HKI dimulai dengan memenuhi pelaksanaan standar pada kontrak kerja yang menghargai HKI, dsb dalam Kegiatan Pemerintahan Memberikan layanan berupa edukasi dan advokasi HKI bagi masyarakat
Strategi ST	Rencana Aksi Pengembangan
Peningkatan Inovasi bermuatan lokal untuk Desain Animasi Jawa Timur	Mengembangkan pusat/sentra desain produk industri kreatif di daerah-daerah Melakukan riset social ekonomi, sejarah, budaya, dan seni (missal documenter potensi daerah untuk publikasi National Geographic, dsb) Melakukan <i>diseminasi</i> informasi pasar, pengetahuan, desain, & teknologi melalui jalur pusat-pusat studi pendidikan tinggi & penelitian pemerintah daerah
Peningkatan Inovasi bermuatan lokal untuk Desain Animasi Jawa Timur	Memberikan apresiasi/penghargaan kepada industri & pelaku usaha kreatif secara berkesinambungan
Penguatan Iklim usaha kondusif untuk merancang investasi teknologi	Melakukan revitalisasi aturan impor teknologi pendukung industri kreatif Melakukan sosialisasi regulasi TIK kepada seluruh lapisan masyarakat secara intensif Memberikan insentif-insentif investasi teknologi serta infrastruktur teknologi Memberikan dukungan kepada kegiatan dan organisasi IPTEKS yang berperan dalam industri kreatif
Penekanan Komitmen Pemerintah untuk meningkatkan penghargaan masyarakat atas profesi industri kreatif di Jawa Timur	Menyelenggarakan acara dan program yang menggali, mengangkat, dan mempromosikan talenta kreatif yang ada di masyarakat (misal: lomba desain, karya cipta kreatif, dsb) Membangun mekanisme kemitraan antara insan kreatif terkemuka dan yang potensial dikembangkan lewat proses mentoring
Peningkatan Pengakuan Dunia Internasional terhadap kualitas SDM dan Industri Kreatif Jawa Timur	Membangun basis data talenta kreatif dan cerita sukses insane kreatif dan industrinya di berbagai belahan dunia dan di dalam negeri Memfasilitasi jejaring antar para talenta kreatif dan industrinya di mancanegara untuk terjadi sharing pengetahuan
Peningkatan Pengakuan Dunia Internasional terhadap kualitas SDM dan Industri Kreatif Jawa Timur	Memfasilitasi talenta kreatif dari mancanegara untuk datang ke Indonesia dengan tujuan sebagai sumber belajar dan bertukar informasi Mendorong terjadinya kerjasama, sharing pengetahuan, dan karya bersama antara pelaku usaha industry kreatif Indonesia di mancanegara dengan di daerah-daerah
Peningkatan Apresiasi dan Sadar Lingkungan di subsektor yang menggunakan alam sbg bahan baku	Kampanye penggunaan sumber daya alam terbaharukan dan ramah lingkungan Kampanye pengembangan produk dan jasa yang berorientasi pada penghematan sumber daya dan ramah lingkungan
Strategi WT	Rencana Aksi Pengembangan
Peningkatan Apresiasi terhadap budaya dan Kecintaan atas produk bermuatan lokal yang berkualitas	Kampanye penggunaan produk kreatif daerah Jawa Timur sebagai bentuk apresiasi masyarakat Menyusun dan mengimplementasikan kebijakan untuk pentingnya mencintai, menghargai dan bangga akan budaya daerahnya, Jawa Timur
Penciptaan iklim kondusif dalam komitmen Pemda Jawa Timur untuk menjaga ketersediaan pasokan bahan	Menggabungkan muatan lokal pada setiap karya produk kreatif yang menjadi trend pasar Mengevaluasi Kebijakan Daerah tentang Ekspor komoditi hayati yang merupakan bahan baku utama Membuat peraturan perundangan yang menguntungkan kedua belah pihak

baku	Melakukan koordinasi secara aktif untuk mengawasi pemanfaatan SDA.
Penciptaan Masyarakat Kreatif yang saling menghargai dan saling bertukar pengetahuan demi kekuatan bersama Industri Kreatif, baik di tingkat Jawa Timur maupun Nasional	Meningkatkan komunitas kreatif dari para pelaku industri kreatif di Jawa Timur Mendorong asosiasi industri dan ikatan profesi yang telah ada untuk berperan lebih dalam knowledge sharing, mentoring, dan Pelatihan Bisnis Memberdayakan masyarakat Jawa Timur untuk berperan lebih dalam komunitas, baik formal maupun non-formal Memelihara dan mengembangkan kebebasan pers dan kebebasan akademik yang bertanggung jawab, toleran, konstruktif, dan produktif

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis SWOT dapat disusun 20 strategi pemetaan dengan 69 rencana aksi pengembangan untuk diwujudkan dalam lima tahun ke depan. Prioritas produk yang dikembangkan oleh Jawa Timur dalam hal ini berfokus pada produk (1) Game, (2) Animasi, (3) Robotika dan (4) Drone yang merupakan bagian dari sub sektor industri kreatif digital. Tahapan milestone seluruh strategi pemetaan yang diusulkan dengan mempertimbangan waktu implementasi selama 5 tahun, mulai tahun 2015 hingga tahun 2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Albayrak, E. and Erensal, Y. C, 2004, "Using analytic hierarchy process (AHP) to improve human performance. An application of multiple criteria decision making problem", *Journal of Intelligent Manufacturing*, Vol. 15, pp. 491-503
- Bas, E., 2013, "The integrated framework for analysis of electricity supply chain using an integrated SWOT-fuzzy TOPSIS methodology combined with AHP: The case of Turkey", *International Journal of Electrical Power and Energy Systems* 44 (2013) 897-907.
- Creative Industry 2009-2012, *Technology Strategy Board*, United Kingdom.
- Creative Industry Technology Strategi 2009-2012, *The Technology Strategy Board*, Swindon.
- David, F.R., 2008, "Manajemen Strategis", . Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Departemen Perdagangan RI, 2008, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2015.
- Fred R. David, 2002, "Manajemen Strategi", Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Jogiyanto, 2005, "Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif", Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Pearce, Robinson., 1997,"Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi dan Pengendalian," Binarupa Aksara, Jakarta.
- Rangkuti, F., 2006, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis", PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.