

Efektivitas Semarang Creative Hub Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Semarang

Aditya Kusumawardana¹, Ida Hayu Dwimawanti², Tri Yuniningsih³

Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Email : kusumawardana.aditya@gmail.com

ABSTRACT

The creative economy sector is becoming a trend among economic actors in Indonesia, which includes 17 business subsectors. However, the implementation of creative economy development through creative centers in Semarang City has not been able to develop several types of subsectors. This study aims to analyze the effectiveness of Semarang Creative Hub as an effort to develop the creative economy in Semarang City. The theory used by researchers is the theory of effectiveness according to Nakamura and Smallwood. This research uses descriptive research method with qualitative approach. The purpose of this research is to analyze the effectiveness of Semarang Creative Hub as an effort to develop the creative economy in Semarang City and its inhibiting factors. The results revealed that the presence of Semarang Creative Hub has not been effective in developing the creative economy in Semarang City. The inhibiting factors that influence such as Environmental Conditions, Coordination between agencies, resources, and the involvement of implementing agents. Researchers recommend developing infrastructure and pursuing promotional strategies to encourage, develop, and introduce the results of the creative economy in Semarang City.

Keywords: *Effectiveness, Programme, Creative Economy, Semarang Creative Hub, Creative Economy Subsectors, Creative Hub*

¹ Departemen Administrasi Publik FISIP Universitas Diponegoro

² Departemen Administrasi Publik FISIP Universitas Diponegoro

³ Departemen Administrasi Publik FISIP Universitas Diponegoro

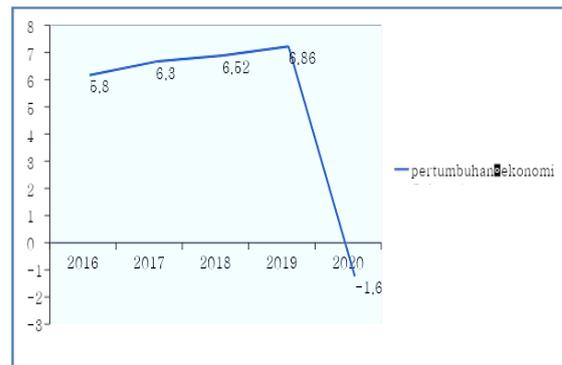
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tren baru yang muncul pada kalangan pelaku ekonomi Indonesia ialah sektor ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif semakin tumbuh dan berkembang sejak ditetapkannya Undang - Undang Nomor 24 Tahun 2019 serta dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Badan tersebut bertanggung jawab mengembangkan, meningkatkan, dan membangun ekonomi kreatif Indonesia. Sebelumnya, pada tahun 2004 telah dipublikasikan suatu sektor baru yang dinamakan ekonomi kreatif kepada masyarakat Indonesia sejak munculnya Masyarakat Ekonomi Asean atau MEA yang menuntut masyarakat untuk dapat bersaing dengan sehat di sektor ekonomi. Jika menilik sejarah, usaha ekonomi kreatif ini telah memasuki sektor perekonomian dengan merambah dunia penghasil barang riil terhitung mulai dari adanya revolusi industri hingga tahun 1966, sementara setelahnya baru bermunculan barang nonriil atau biasa dikenal dengan jasa.

Salah satu daerah yang memiliki potensi ekonomi kreatif yang besar adalah Kota Semarang. Banyak sektor ekonomi kreatif yang berdiri di Kota Semarang terdiri dari 17 subsektor ekonomi kreatif. Sektor ekonomi kreatif tersebut masih bercampur dengan sektor ekonomi induknya yang masih konvensional.

Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Semarang 2016-2020



(Sumber: BPS Kota Semarang, 2020)

Laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Semarang sejak tahun 2016 hingga 2019 cenderung mengalami kenaikan, namun pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi tersebut mengalami penurunan yang signifikan hingga berada pada titik -1,6%.

Klasifikasi Perkembangan Ekonomi Kreatif Kota Semarang

Unggulan	Potensial	Kurang Berkembang
Kuliner, Fesyen, Kriya	Fotografi, Videografi, Tv dan Radio, Advertising, Arsitek, Musik, Aplikasi dan Game	Seni Pertunjukan, Desain Produk, Desain Interior

Sumber: Nana Kardiana (2018:131-142)

Nana Kardiana, dkk (2018:131-142) menjelaskan bahwa subsektor ekonomi kreatif di Kota Semarang masih unggul pada bidang fesyen, kuliner, serta kriya. Sedangkan beberapa bidang yang lain masih berada di klasifikasi potensial serta kurang berkembang. Kemenparekraf (2020) dalam Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I), menjelaskan bahwa fesyen merupakan salah satu subsektor yang berkembang dengan omzet mencapai 100 Milyar Rupiah serta berimbis kepada omzet konveksi nasional kurang lebih sebanyak 750 milyar rupiah. Nana Kadiana, dkk (2018:131-142) juga menyebutkan bahwa banyak dari subsektor lain pada akhirnya tergerus oleh tekanan inovasi subsektor yang sudah berkembang lebih jauh. Hal ini menyebabkan Kota Semarang mengalami ketimpangan ekonomi kreatif dimana pemerintah belum mampu mengembangkan subsektor yang tertinggal. Penyebab lain Kota Semarang mengalami keterhambatan dalam hal ekonomi kreatif yakni persaingan ketat, belum adanya perlindungan, inovasi yang terhambat, serta belum ada pasar yang bagus.

Pemerintah Kota Semarang berinisiatif untuk membangun fasilitas guna mendukung industri kreatif sehingga dapat terus berkembang. Pemerintah Kota Semarang akhirnya membangun sebuah infrastruktur bernama *Semarang Creative*

Hub yang diharapkan mampu memfasilitasi kebutuhan para pelaku ekonomi kreatif dalam menjalankan usahanya. *Creative Hub* yang berada di Kawasan kota lama ini menjadi tempat bagi para komunitas ekonomi kreatif di Kota Semarang untuk beraktivitas, berkreasi, serta bekerjasama dengan sarana yang sudah disiapkan oleh pemerintah. Kehadiran *Semarang Creative Hub* sejalan dengan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Pelindungan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif. Berdasarkan peraturan tersebut, pada Bab VI, pasal 26, disebutkan bahwa Pemerintah Daerah mendorong pengadaan infrastruktur yang memadai guna mengembangkan ekonomi kreatif, dan salah satunya adalah pengadaan infrastruktur fisik. Pada Bab VII, terkait dengan pelaksanaan pelindungan dan pengembangan ekonomi kreatif, pasal 31, menjelaskan bahwa pelaksanaan pelindungan dan pengembangan ekonomi kreatif dilaksanakan dengan penyediaan pusat ekonomi kreatif yang selanjutnya dijelaskan dalam pasal 32 bahwa pusat ekonomi kreatif berfungsi sebagai pusat inovasi dan kekayaan intelektual, pusat Pendidikan dan pelatihan, pusat promosi dan pemasaran, pusat pembinaan ekonomi kreatif, pusat pengembangan industri perangkat lunak dan konten, serta pusat inkubasi bisnis. *Semarang Creative Hub* selain memiliki fungsi yang telah dijelaskan

sebelumnya, juga memiliki tujuan yaitu; membuka jejaring, memfasilitasi pelaku usaha kreatif, mengembangkan kegiatan maupun bisnis, serta mengintegrasikan seluruh kegiatan yang mampu meningkatkan publikasi akan produk-produk kreatif di Kota Semarang

Berdasarkan penjelasan di atas, perkembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang belum menunjukkan hasil yang signifikan dibuktikan dengan adanya beberapa subsektor ekonomi kreatif yang belum bisa berkembang. Berdasarkan hal tersebut, Pemerintah Kota Semarang meresmikan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 12 Tahun 2021 Tentang Perlindungan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan mendirikan sebuah pusat kreatif yang dikenal sebagai *Semarang Creative Hub*. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat bagaimana efektivitas *Semarang Creative Hub* dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana efektivitas *Semarang Creative Hub* dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Semarang?
2. Apa faktor penghambat efektivitas *Semarang Creative Hub* dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif pada Kota Semarang?

B. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis efektivitas *Semarang Creative Hub* dalam upaya mengembangkan Kota Semarang dalam bidang ekonomi kreatif
2. Menganalisis faktor penghambat efektivitas *Semarang Creative Hub* dalam upaya mengembangkan ekonomi kreatif pada Kota Semarang

C. Kerangka Teori

1. Administrasi Publik

Menurut Chandler dan Plano (Keban, 2008) administrasi publik adalah proses pengorganisasian dan koordinasi sumber daya dan personel publik untuk merumuskan, melaksanakan dan memantau keputusan kebijakan publik. Terdapat tujuh hal khusus dari Administrasi Publik, yaitu tidak dapat dielakkan (*unavoidable*), senantiasa mengharapkan ketaatan (*expect obedience*), mempunyai pengecualian (*has exceptional*), puncak pimpinan politik (*top management political*), sulit diukur (*difficult to measure*), terlalu banyak berharap pada administrasi publik (*more is expected of public administration*).

2. Paradigma Administrasi Publik

Perkembangan disiplin ilmu dapat dipahami berdasarkan perubahan paradigmanya. Kubo dalam (Keban, 2014:31) mendefinisikan paradigma sebagai berikut:

a) Old Public Administration

Di dalam paradigma OPA, Gerakan untuk melakukan perubahan yang lebih baik telah diprakarsai oleh Woodrow Wilson. Ia menyarankan agar administrasi publik harus dipisahkan dari dunia politik. Berdasarkan pendapat tersebut Negara terlalu memberi peluang bagi para administrator untuk memperaktekkan *spoil system* dan nepotisme. Karenanya ia mengeluarkan doktri untuk melakukan pemisahan antara dunia politik (legislatif) dengan dunia eksekutif, dimana para legislator hanya merumuskan kebijakan dan para administrator hanya mengeksekusi atau mengimplementasikan kebijakan. Sosok birokrasi yang ditawarkan oleh Wilson ini sejalan dengan jiwa atau semangat bisnis.

b) New Public Management (NPM)

New Public Management (NPM), merupakan suatu sistem manajemen desentralisasi dengan perangkat manajemen seperti

pengawasan (controlling), dan perbandingan (benchmarking) untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas kinerja pemerintah daerah yang baik sehingga akan tercipta kesejahteraan masyarakat. Dalam Keban (2008:36), prinsip paradigma NPM dikemukakan oleh Hood, yang menyatakan adanya tujuh komponen doktrin dalam paradigma NPM, yaitu pemanfaatan manajemen professional dalam sektor publik, penggunaan indikator kinerja, penekanan yang lebih besar pada pendekatan kontrol output, pergeseran perhatian ke unit-unit yang lebih kecil, pergeseran ke kompetisi yang lebih tinggi, penekanan gaya sektor swasta, serta penekanan pada disiplin dan penghematan.

c) New Public Service (NPS)

New Public Service (NPS) yang dikemukakan oleh Denhardt dan Denhardt (2006:44) yang menawarkan suatu model pelayanan yang berpijak pada teori demokrasi yang mengajarkan adanya egaliter dan persamaan hak di antara warga negara. Birokrasi yang memberikan pelayanan public harus bertanggung jawab kepada masyarakat secara

keseluruhan dengan penekanan pada kepentingan masyarakat. Pencapaian tujuan dalam paradigma baru ini berfokus pada koalisi antar organisasi public, non-privat, dan privat.

Semarang Creative Hub sendiri termasuk ke dalam paradigma New Public Management (NPM). Hal ini berkaitan dengan kehadiran Semarang Creative Hub untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas kinerja pemerintah daerah yang baik (Good Governance) sehingga akan tercipta kesejahteraan masyarakat.

3. Efektivitas

Efektivitas memiliki artian sebagai tolak ukur antara tujuan yang ingin dicapai dimana hal tersebut memberikan dampak pada kesuksesan suatu program yang telah disusun (Indrawijaya, 2010:175). Selanjutnya, efektivitas juga dipandang sebagai upaya dalam mengeksplorasi kemampuan yang dimiliki dengan semua hal yang sudah disusun bagi kesuksesan program dan waktu yang ditetapkan (Abdurahmat, 2008:7).

Terdapat beberapa perbandingan dalam hal mengukur efektivitas, yang disesuaikan dengan penjelasan Makmur (2011:7) yakni:

1. Ketepatan perhitungan biaya
2. Ketepatan berpikir

3. Ketepatan tujuan
4. Ketepatan sasaran

Tangkilisan (2005:141) menyatakan bahwa terdapat empat indikator dalam efektivitas, yaitu:

1. Pencapaian Target
2. Kemampuan Adaptasi
3. Kepuasan Kerja
4. Tanggung Jawab

Terdapat beberapa aspek yang berhubungan dengan keberhasilan dalam efektivitas program, menurut Nakamura dan Smallwood (dalam Adhiyatmoko, 2015:21) yakni :

1. Pencapaian tujuan atau hasil
2. Efisiensi
3. Kepuasan kelompok sasaran
4. Daya tanggap klien
5. Sistem Pemeliharaan

4. *Creative Hub*

Menurut Janine Matheson, Creative Edinburgh and Gillian Easson, *Creative Dundee Creative Hubkit* menjelaskan bahwa *creative hub* merupakan sebuah tempat baik fisik maupun virtual yang bertujuan untuk menyatukan orang-orang kreatif yang berperan saling keterkaitan, sarana penyediaan, dan dukungan koneksi, pengembangan bisnis, serta partisipasi komunitas di sektor budaya, kreatif, dan teknologi.

Menurut *Culture and Creativity*, *creative hub* adalah organisasi yang

menggunakan ruang atau infrastruktur guna membangun jaringan, pengembangan organisasi dan bisnis yang berdasarkan kreativitas dan kebudayaan. Creative hub juga memiliki banyak jenis dan perbedaan sehingga sulit untuk memberikan dukungan yang efektif secara keseluruhan. Dalam hal ini creative hub harus dibagi ke dalam beberapa sub kelompok guna menyesuaikan kebutuhan dan dukungan yang sesuai.

Senada dengan paparan tersebut, *Semarang Creative Hub* juga hadir dan diresmikan sebagai upaya dalam memfasilitasi komunitas pelaku ekonomi beraktivitas, berkreasi, dan berkolaborasi guna mengembangkan berbagai macam produk kreatif serta ekonomi Kota Semarang. Selain itu, kehadiran *Semarang Creative Hub* juga menjadi simpul penghubung ekonomi kreatif dan pariwisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, secara analisis deskriptif berarti memiliki deskripsi data dalam bentuk verbal, serta perilaku yang dapat diamati. Mengingat penelitian ini akan meneliti mengenai Efektivitas *Semarang Creative Hub* dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Semarang, maka dari itu penelitian ini

dalam menjelaskan fenomena yang terjadi guna memberikan gambaran tentang fenomena yang terjadi di lapangan menggunakan deskriptif kualitatif.

Data dalam penelitian ini meliputi data primer, yaitu data yang didapatkan langsung dari sumber-sumber utama penelitian dan observasi yang dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder diperoleh peneliti melalui literatur seperti jurnal; artikel; berita dalam situs-situs internet yang berkaitan dengan objek penelitian, serta dokumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Subjek tersebut, yaitu Kepala Seksi Industri Agro dan Makanan, Pengawas dan Pelaksana Semarang Creative Hub, serta beberapa pelaku usaha yang terlibat langsung di *Semarang Creative Hub* sebagai perwakilan yang difasilitasi pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pencapaian Tujuan atau Hasil

Menurut Nakamura dan Smallwood (dalam Adhiyatmoko, 2015:21), pencapaian tujuan atau hasil membahas program yang dibuat untuk memperoleh hasil yang diinginkan yang telah dirumuskan dan dimplementasikan, akan tetapi jika hasil yang dicapai tidak

terukur, tidak dapat dirasakan, serta dinikmati secara langsung oleh masyarakat maka program tersebut dikatakan tidak berarti.

Semarang Creative Hub sudah baik dengan memberikan fasilitas sarana yang dapat digunakan secara gratis namun, masih terdapat kekurangan seperti terbatasnya sarana yang diberikan sehingga tidak semua pelaku usaha kreatif dapat dicakup disana. Selain itu karena sistem penggunaan tempat yang gratis menjadikan para pelaku usaha harus saling bergantian dalam menggunakan tempat. Selanjutnya untuk kegiatan yang dilakukan pihak pengelola untuk mencapai tujuan sudah baik dengan melaksanakan pelatihan dan perlombaan yang berfungsi untuk meningkatkan daya saing para pelaku usaha. Selanjutnya kontribusi dari para pelaku usaha disana juga dapat dinilai tidak memberatkan karena kontribusi yang diberikan hanya berupa pemeliharaan Gedung sesuai dengan peraturan yang dibentuk oleh pihak pengelola. Hal ini dapat dinilai keunggulan mengingat fasilitas yang digunakan tidak memakan biaya apapun.

2. Efisiensi

Menurut Nakamura dan Smallwood (dalam Adhiyatmoko, 2015:21), Efisiensi memberikan standar dari

kualitas kinerja yang terdapat dalam implementasi sebanding dengan biaya yang telah dikeluarkan. Selain berkaitan dengan biaya, efisiensi juga berkaitan dengan kualitas pelaksanaan, waktu pelaksanaan, dan sumber daya yang dialokasikan.

Pada penelitian ini didapatkan bahwa sub dimensi yang diukur menggunakan aspek efisiensi yaitu pemanfaatan anggaran, sarana dan prasarana, serta sumber daya manusia. Pada penelitian ini ditemukan bahwa pemanfaatan anggaran dapat difokuskan untuk pemeliharaan sarana.

3. Kepuasan Kelompok Sasaran

Menurut Nakamura dan Smallwood (dalam Adhiyatmoko, 2015:21), Aspek kepuasan kelompok sasaran sangat menentukan partisipasi maupun respon dari masyarakat dalam mengimplementasikan program dan hasil dari program tersebut.

Pada penelitian ini didapat sub dimensi yang diukur menggunakan aspek kepuasan kelompok sasaran, yaitu Tingkat kepuasan pihak pelaku usaha terhadap Semarang Creative Hub yang masih berada di taraf cukup karena beberapa pelaku usaha masih menemukan kesulitan dalam bersaing serta beberapa pelaku usaha justru mendapati pendapatannya berkurang setelah bergabung dengan Semarang

Creative Hub. Selanjutnya hasil atau *output* dari Semarang Creative Hub didapati para pelaku usaha menginginkan sosialisasi Semarang Creative Hub kepada masyarakat dapat ditingkatkan lagi supaya dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi dari sebelumnya mengingat hasil dari program ini belum sepenuhnya memuaskan bagi para pelaku usaha.

4. Daya Tanggap Klien

Menurut Nakamura dan Smallwood (dalam Adhiyatmoko, 2015:21), Fokus dasar dari daya tanggap klien ada pada kelompok yang sedang dilayani oleh program serta bagaimana responnya terhadap program tersebut.

Pada penelitian ini didapat sub dimensi yang diukur menggunakan aspek daya tanggap klien, yaitu Tanggapan pelaku usaha terkait Semarang Creative Hub. Kehadiran Semarang Creative Hub pada dasarnya cukup membantu karena diberikan fasilitas yang baik dan secara gratis, serta masih terdapat kekurangan seperti belum semua pelaku usaha tercakup, masih kurangnya pelatihan, serta sosialisasi yang harus lebih ditingkatkan lagi supaya lebih dikenal dan lebih berkembang.

5. Sistem Pemeliharaan

Menurut Nakamura dan Smallwood (dalam Adhiyatmoko, 2015:21),

Pemeliharaan terhadap hasil yang dicapai penting dilakukan agar suatu hasil yang dihasilkan suatu program dapat berkelanjutan.

Pada penelitian ini didapat sub dimensi yang diukur menggunakan aspek sistem pemeliharaan, yaitu Kegiatan yang dilakukan pihak pengelola Bersama pelaku usaha untuk menjaga dan memelihara sarana prasarana dengan menjaga kebersihan dan Kesehatan Gedung. Pemeliharaan yang melibatkan konstruksi Gedung bekerja sama dengan Dinas Penataan Ruang Kota Semarang. Terdapat juga petugas kebersihan dan petugas keamanan yang berjaga selama 24 jam penuh. Selanjutnya Kegiatan untuk menjadikan kegiatan usaha kreatif menjadi usaha yang berkelanjutan juga dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, perlombaan, serta pameran dengan harapan para pelaku usaha memiliki daya saing dan juga dapat memiliki usaha yang berkelanjutan di masa depan.

6. Faktor Penghambat Semarang Creative Hub

a) Kondisi Lingkungan

Hambatan berdasarkan Kondisi Lingkungan Semarang Creative Hub dapat dibagi menjadi 3 gejala utama, yaitu hambatan sosial, hambatan kultural, serta hambatan peran serta penerima program. Hambatan sosial

muncul Ketika lingkungan sekitar Semarang Creative Hub merasakan kurangnya pengunjung serta koneksi internet yang masih terbilang kurang baik. Pelaku ekonomi kreatif mengeluhkan kurangnya promosi kepada masyarakat umum yang berakibat pada sepi pengunjung. Hambatan kultural yang terjadi adalah hambatan Bahasa. Bahasa yang seringkali digunakan oleh turis asing seringkali tidak dapat dimengerti oleh para pelaku ekonomi kreatif sehingga hal tersebut menjadi pekerjaan rumah bersama. Kendala bahasa tersebut muncul akibat minimnya kompetensi yang dimiliki oleh pelaku ekonomi kreatif khususnya komunikasi berbahasa Inggris, sementara hambatan peran serta penerima program yang terjadi adalah sifat gegabah yang kemudian berakhir dengan produk-produk yang tidak sesuai dengan harapan bahkan menuju ke hasil yang tidak maksimal. Pelaku ekonomi kreatif ini juga seringkali pasif saat ada pengunjung yang datang.

b) Hubungan Antar Organisasi

Hambatan yang terjadi dalam hubungan kerjasama dan koordinasi antar instansi, yaitu hambatan komunikasi dengan Komite Ekonomi Kreatif Kota Semarang dan Sulitnya

atau lamanya proses pengajuan untuk pemeliharaan karena Gedung yang digunakan sendiri bukan kepemilikan dari Dinas Perindustrian sendiri. Hal tersebut terjadi karena adanya *miss communication* antara pihak Komekraf dan Dinas Perindustrian terkait pengelolaan Semarang Creative Hub. Kemudian dalam hal pengajuan rehabilitasi gedung melalui Surat Pertanggung Jawaban (SPJ) dan proposal yang ditujukan untuk Dinas Perindustrian Kota Semarang tidak dapat seketika begitu saja direalisasikan. Hal ini terjadi lantaran pengajuan pengajuan SPJ tersebut harus menunggu persetujuan terlebih dahulu dari pemilik gedung, yaitu PPI.

c) Sumber Daya

Hambatan sumber daya terbagi atas dua hal, yaitu sumber daya manusia dan non manusia. Sumber daya manusia memiliki hambatan kompetensi para tenant yang disinyalir sebagai hambatan dalam efektivitas program Semarang Creative Hub. Upaya-upaya telah dilakukan oleh pengelola dalam menangani hambatan sumber daya khususnya sumber daya manusia yang terjadi di Semarang Creative Hub. Pelatihan yang diadakan oleh pengelola Semarang Creative Hub nantinya akan ditingkatkan kembali agar tenant-tenant yang ada dapat bersaing dengan

pedagang yang ada di luar Semarang Creative Hub. Selain itu, hambatan yang berasal dari sumber daya non manusia juga berasal dari sumber daya manusia itu sendiri, dimana kompetensi yang kurang mengakibatkan ide-ide kreatif seringkali tidak dapat tersalurkan dengan baik. Hal ini terjadi lantaran ide-ide kreatif tidak dapat muncul dengan mudah dan tidak dapat dipaksakan sehingga dapat menghambat proses penciptaan karya.

d) Karakteristik dan Kemampuan Agen Pelaksana

Hambatan dari Semarang Creative Hub tidak hanya berkaitan dengan kondisi lingkungan, melainkan juga terdapat hambatan dari aspek keterlibatan sumber daya manusia yang ada. Masih terdapat tindakan-tindakan melanggar dari para tenant yang mana mereka terlalu fokus terhadap harapan yang tinggi. Tindakan pelanggaran tersebut salah satunya adalah ketidakdisiplinan para tenant, khususnya para tenant yang masih muda. Pihak Semarang Creative Hub tentu memiliki aturan yang seharusnya dijalani oleh para tenant, sehingga mereka akan memberikan tindakan apabila terdapat para tenant yang melanggar aturan salah satunya dengan memberikan teguran kepada mereka. Selain itu, kurangnya kompetensi sumber daya manusia

cenderung berakibat pada kurangnya produk yang dapat bersaing dengan pedagang yang ada di luar Semarang Creative Hub.

KESIMPULAN

Semarang Creative Hub dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif di Kota Semarang dapat dinilai belum efektif. Hal ini berdasarkan dari faktor efektivitas program menurut Nakamura dan Smallwood (dalam Adhiyatmoko, 2015:21). Dari kelima indikator yang digunakan untuk menentukan efektivitas *Semarang Creative Hub*, hanya terdapat satu indikator yang sudah efektif, sementara keempat indikator yang lain mengindikasikan belum efektif.

Faktor yang menghambat *Semarang Creative Hub* juga mengindikasikan masih terdapat beberapa kekurangan dalam pelaksanaan *Semarang Creative Hub* dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif, yaitu adanya faktor penghambat kondisi lingkungan, hambatan antar organisasi, sumber daya, serta karakteristik dan kemampuan agen pelaksana.

SARAN

1. Pemerintah harus lebih sering mengadakan sosialisasi mengenai Semarang Creative Hub melalui pameran terbuka untuk masyarakat supaya masyarakat dapat mengenal lebih Semarang Creative Hub. Pemerintah juga perlu untuk meningkatkan

kompetensi berbahasa melalui pelatihan dan pembinaan supaya para pelaku usaha dapat berkomunikasi dengan baik dengan pengunjung.

2. Perlu adanya pelatihan dan pembinaan, pameran serta meningkatkan promosi Bersama supaya koordinasi dapat tetap terjaga dengan baik. Sementara berdasarkan hambatan koordinasi dalam hal pengajuan rehabilitasi gedung melalui Surat Pertanggung Jawaban (SPJ) dan proposal, peneliti menyarankan pihak Dinas Perindustrian untuk mengambil alih kepemilikan Gedung guna memudahkan proses rehabilitasi.
3. Perlu adanya pelatihan dan pembinaan dilakukan secara berkala. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kompetensi para pelaku usaha, serta meminimalisir terhambatnya sumber daya non manusia.
4. Pihak pengelola perlu memberikan sanksi tegas terhadap para pelaku usaha yang kedapatan melanggar peraturan-peraturan yang telah disepakati Bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ali, F., & Baharuddin. (2014). *Ilmu Administrasi Dalam Pendekatan Hakikat Inti*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin Books Limited.

Jurnal:

Azhari, A., & Suhartini, D. (2021). Efektivitas Dana Desa Untuk BLT Sebagai Bentuk Kesejahteraan Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Proaksi*.

Dengler, K. (2019). Effectiveness Of Active Labour Market Programmes on the Job Quality of Welfare Recipients in Germany. *Cambridge University Press Social and Political Science*, 1-32.

Pratama, M. N., Widowati, N., & Maesaroh. (2021). Efektivitas Program Pelatihan Kerja UPTD Balai Latih Kerja Dinas Tenaga Kerja Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*.

Suryana. (2020). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Bandung: Penerbit Salemba Empat.

Peraturan:

Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 12 Tahun 2021.