

IDENTIFICATION OF ACTORS AND FACTORS IN THE ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM : CASES IN CREATIVE INDUSTRIES IN THE EAST PRIANGAN REGION, WEST JAVA

Ratih Purbasari¹, Chandra Wijaya², Ning Rahayu³

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran

²Fakultas Ilmu Administrasi, Departemen Administrasi Niaga, Universitas Indonesia

³Fakultas Ilmu Administrasi, Departemen Administrasi Fiskal, Universitas Indonesia

E-mail : ratih.purbasari@unpad.ac.id¹, wijayachandra@yahoo.com², ning.rahayu@yahoo.com³.

ABSTRACT

This study aims to identify actors and factors involved in the process of knowledge transfer through various networks in the entrepreneurial ecosystem, by taking the case of the creative industry in the East Priangan region which is recognized as having competitive advantages. This identification is important to determine the actors and factors involved in the creative industry entrepreneurial ecosystem in the East Priangan region as an effort to improve the quality of entrepreneurship. The research method used is a qualitative approach and contextual techniques regarding knowledge transfer with the stages (1) Collecting secondary data through literature review (2) Understanding the concept of entrepreneurial ecosystems and creative industries (3) Identifying actors and factors that play a role in the entrepreneurial ecosystem and their analysis. Data collection was carried out by in-depth interview observation. From the research results identified social community actors (surrounding communities) as the most important actors in the entrepreneurial ecosystem and supporting service factors are factors that are incompatible with the entrepreneurial ecosystem model that is the reference in this study.

Keywords : local competitive advantage, creative industry, east priangan

IDENTIFIKASI AKTOR DAN FAKTOR DALAM EKOSISTEM KEWIRAUSAHAAN : KASUS PADA INDUSTRI KREATIF DI WILAYAH PRIANGAN TIMUR, JAWA BARAT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aktor dan faktor yang terlibat dalam proses transfer pengetahuan melalui berbagai jaringan yang ada di dalam ekosistem kewirausahaan, dengan mengambil kasus pada industri kreatif di wilayah priangan timur yang diakui telah memiliki keunggulan daya saing. Identifikasi ini penting dilakukan untuk mengetahui aktor dan faktor yang terlibat dalam ekosistem kewirausahaan industri kreatif di wilayah Priangan Timur sebagai upaya peningkatan kualitas kewirausahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan teknik kontekstual mengenai transfer pengetahuan dengan tahapan (1) Mengumpulkan data sekunder melalui tinjauan pustaka, (2) Pemahaman konsep ekosistem kewirausahaan dan industri kreatif, dan (3) Identifikasi aktor dan faktor yang berperan dalam ekosistem kewirausahaan dan analisisnya. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara mendalam. Dari hasil penelitian diidentifikasi aktor masyarakat sosial (masyarakat sekitar) sebagai aktor yang paling berperan di dalam ekosistem kewirausahaan, serta faktor layanan pendukung merupakan faktor yang tidak sesuai dengan model ekosistem kewirausahaan yang menjadi acuan pada penelitian ini.

Kata kunci : ekosistem kewirausahaan, industri kreatif, kewirausahaan, priangan timur

PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan industri yang berbasis pada kreativitas dan inovasi pengolahan sumber daya alam dan lingkungan sekitarnya. Kreativitas dan inovasi tersebut memberikan nilai tambah pada produk serta berdampak positif terhadap perekonomian dan kehidupan sosial masyarakat. Jawa Barat menjadi provinsi dengan kontribusi ekspor terbesar untuk industri kreatif di Indonesia sebesar (33,56%) (Bekraf, 2017).

Salah satu kawasan di Jawa Barat yang memiliki potensi ekonomi berbasis pengetahuan dan budaya adalah wilayah Priangan Timur yang mencakup Kota Tasikmalaya, Kabupaten Tasikmalaya, Kota Banjar, Kabupaten Ciamis, Kabupaten Garut, dan Kabupaten Sumedang. Terbukti dari banyaknya sentra industri kreatif yang berada di wilayah Priangan Timur seperti terlihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Sentra Usaha Per Kabupaten/Kota di Priangan Timur

KABUPATEN/KOTA	SENTRA BISNIS
Tasikmalaya	Bordir, Alas Kaki/Kelom Geulis, Kerajinan Mendong, Kerajinan Bambu, Konveksi, Kerajinan Payung, Batik, Mebeul, Makanan, Sentra barang dari tekstil lainnya, Kerajinan kulit dan imitasi
Sumedang	Kerajinan ukiran kayu dan logam, kerajinan batok Tahu, ubi cilembu, <i>peuyeum</i> Cigendel, oncom, opak oded
Garut	Kulit, Sutra, batik, bulu unggas, tenun ikat sutra, kerajinan Akar Wangi, dodol garut, dorokdok
Ciamis	Alat pancing, keripik, kurupuk, sale pisang, gurame Soang, galendo, kerajinan lidi kelapa
Banjar	Perkebunan, makanan ringan, kerajinan alat masak
Pangandaran	Kawasan Wisata pantai, perikanan,

Sumber: Bappeda Jabbar, 2015, Purbasari dkk, 2018.

Namun demikian, berbagai potensi tersebut belum sepenuhnya tereksplorasi dengan maksimal dan masih dinilai tertinggal dibanding dengan wilayah Jawa Barat lainnya. Wakil Ketua Kadin Jabar Bidang Pemberdayaan dan Potensi Ekonomi Wilayah IV (Priangan Timur) Nana Mulyana menyatakan bahwa selama ini, potensi ekonomi di Priangan Timur belum tergarap optimal. Padahal, beberapa daerah tersebut memiliki potensi ekonomi unggulan berbasis kelokalan sehingga Wakil Ketua Kadin Jabar tersebut mendorong pemerintah untuk mengoptimalkan potensi daerah di Priangan Timur agar bisa lebih berdaya saing (bappeda.jabarprov.go.id, 2017).

Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan oleh Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal Pada umumnya, faktor kunci SDM, R&D, pasar, akses terhadap input modal dan infrastruktur, serta kebijakan, telah menjadi konsep pengembangan yang diperhatikan. Namun untuk keterkaitan dan

kerjasama belum menjadi perhatian. Pola keterkaitan telah diciptakan antara industri kecil dan menengah dengan sektor agribisnis perikanan, dan pariwisata. Namun faktor iklim usaha dan kerjasama/kemitraan kurang dan tidak diperhatikan (Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal, 2011).

Permasalahan lain yang juga muncul terutama pada pelaku usaha industri kreatif di Jawa Barat di mana pemerintah yang walaupun telah mempunyai instrumen kebijakan untuk menyokong industri kreatif, namun dari sisi penerapan dari kebijakan tersebut masih belum memuaskan, sehingga masih ada keluhan dari para pelaku usaha industri kreatif mengenai sulitnya perolehan perizinan usaha, promosi, tempat berekspresi, kemudahan dalam mendapat pinjaman serta tarif pajak yang dirasakan masih memberatkan (Tuty Herawati dkk, 2014).

Terkait dengan beberapa permasalahan tersebut, pelaku usaha memiliki fungsi yang sangat penting dalam perekonomian karena

menghasilkan tingkat penciptaan lapangan kerja yang relatif tinggi, pertumbuhan produktivitas dan menghasilkan dan mengomersialkan inovasi berkualitas tinggi (Van Praag et al, 2007). Begitu pula dengan pelaku usaha industri kreatif di Wilayah Priangan Timur, yang juga memiliki peran dan fungsi penting dalam penciptaan lapangan pekerjaan dan inovasi yang berkualitas serta mendukung pertumbuhan perekonomian lokal. Sebagaimana menurut Stam, E & Bosma, N (2015) yang menyatakan bahwa kewirausahaan adalah hasil dari interaksi antara atribut individu dan lingkungan sekitarnya. Artinya dalam menjalankan fungsinya tersebut pelaku usaha membutuhkan peran aktor lain yang ada di lingkungannya. Isenberg (2011) menjelaskan metafora utama untuk membina kewirausahaan sebagai strategi pengembangan ekonomi adalah melalui "ekosistem kewirausahaan". Motivasi untuk membina kewirausahaan sepenuhnya bergantung pada siapa aktor atau pemangku kepentingan. Pelaku usaha kemudian, adalah elemen sentral dari ekosistem (Diego et al, 2017; Purbasari et al, 2019).

Konsep ekosistem kewirausahaan sendiri menjadi layak untuk diperhatikan dalam membangun pertumbuhan ekonomi mengingat bahwa konsep ini menggambarkan sebuah ekosistem yang memiliki sistem jaringan yang dapat mengatur secara mandiri dan *self-trusting* yang dapat berguna bagi pengembangan kebijakan yang mendukung kompetisi atau persaingan (Isenberg, 2010). Pendekatan ekosistem kewirausahaan merupakan seperangkat aktor dan faktor yang saling terkait dan terkoordinasi secara formal dan informal menyatu untuk saling berhubungan, memperantarai dan mengatur kinerja kewirausahaan di dalam lingkungan wirausaha lokal dengan tujuan membantu keberhasilan wirausaha dalam melalui semua tahapan proses penciptaan usaha baru dan pengembangan usaha yang telah ada untuk menghasilkan kewirausahaan produktif dalam rangka meningkatkan keunggulan daya saing lokal (Isenberg, 2011; Clarysse et al, 2014; Mason & Brown, 2014; Stam, 2015; Purbasari et al, 2018).

Namun demikian, tidak semua daerah memiliki aktor dan faktor yang sama dalam suatu ekosistem kewirausahaan. Hal tersebut menjadikan ekosistem kewirausahaan ini unik karena akan sangat bergantung pada situasi dan kondisi potensi daerah lokal masing-masing. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Jennen et al (2014) bahwa ekosistem kewirausahaan adalah lingkungan yang unik secara geografis dengan komunitas yang aktif dalam menyediakan wirausaha dengan sistem yang diperlukan untuk belajar, tumbuh dan berkembang (Purbasari et al, 2020). Pendapat yang sama diungkapkan oleh Isenberg (2011) bahwa setiap ekosistem muncul di bawah kondisi dan situasi yang unik. Oleh karena itu, terlebih dahulu penting untuk memastikan aktor dan faktor apa saja yang terlibat dalam ekosistem kewirausahaan suatu daerah.

Potensi industri kreatif tentunya harus terus dikembangkan mengingat lingkungan bisnis yang dinamis dan terus berubah. Untuk dapat menciptakan sebuah lingkungan usaha yang kondusif yang dapat mendorong keunggulan daya saing yang berkelanjutan dibutuhkan kerjasama dan kolaborasi dari semua pihak yang terlibat dalam industri tersebut. Tidak hanya pelaku usaha industri, tetapi juga pemerintah dan pihak-pihak lainnya. Keterlibatan para aktor-aktor ini digambarkan dalam sebuah konsep yang dikenal dengan ekosistem kewirausahaan. Ekosistem kewirausahaan merupakan seperangkat jaringan institusi dengan tujuan mendorong keberhasilan wirausaha dalam melalui semua tahapan proses penciptaan dan pengembangan usaha baru. Pendekatan ini berpotensi menjadi 'prasyarat' untuk keberhasilan penerapan strategi klaster, sistem inovasi, ekonomi pengetahuan atau kebijakan daya saing nasional (Isenberg, 2011).

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aktor dan faktor dalam konteks transfer pengetahuan pada ekosistem kewirausahaan, dengan mengambil kasus pada industri kreatif di Wilayah Priangan Timur yang diakui telah memiliki keunggulan daya saing (Purbasari et al, 2018). Identifikasi dan analisis aktor dan faktor ini penting dilakukan karena dapat digunakan

untuk menghasilkan pengetahuan tentang aktor dan faktor yang relevan dalam ekosistem kewirausahaan industri kreatif di wilayah Priangan Timur sebagai upaya peningkatan kualitas kewirausahaan dan daya saing industri.

TINJAUAN PUSTAKA

Ekosistem Kewirausahaan

Berdasarkan Purbasari et al, (2019), ekosistem kewirausahaan merupakan fenomena yang relatif baru baik secara konseptual dan teoritis yang berakar pada geografi ekonomi (Audretsch & Feldman, 1996; Malecki, 2011), teori klaster (Casper, 2007; Bell et al, 2009; Bathelt et al, 2011), blok kompetensi (Johansson, 2009; Eliasson, 2001), dan komunitas kewirausahaan (Johnstone & Lionais, 2004; Feld, 2012). Ekosistem kewirausahaan didefinisikan secara umum sebagai wilayah di mana budaya, kebijakan dan kepemimpinan yang mendukung, modal manusia, keuangan yang melimpah, dan berbagai dukungan kelembagaan dan infrastruktur untuk menumbuhkan usaha baru (Isenberg, 2010; Brush & Strimaitis, 2015; Stam, 2015; Spigel, 2017; Purbasari et al, 2019). Isenberg (2010, 2011) memberikan definisi ekosistem kewirausahaan sebagai seperangkat jaringan institusi dengan tujuan mendorong keberhasilan wirausaha dalam melalui semua tahapan proses penciptaan dan pengembangan usaha baru. Stam (2015) mendefinisikan ekosistem kewirausahaan sebagai seperangkat aktor dan faktor yang saling terkait dan terkoordinasi sedemikian rupa untuk menghasilkan kewirausahaan produktif. Mason & Brown (2014) menjelaskan bahwa ekosistem kewirausahaan merupakan seperangkat keterkaitan antara pelaku wirausaha, organisasi wirausaha, institusi dan proses kewirausahaan yang secara formal dan informal menyatu untuk saling berhubungan, memperantarai dan mengatur kinerja kewirausahaan di dalam lingkungan wirausaha lokal. Ekosistem kewirausahaan bersifat dinamis dan sistemik yang melibatkan beberapa aktor, institusi dan proses.

Ekosistem kewirausahaan adalah kerangka kerja yang memadai untuk

mempelajari saling ketergantungan dan hubungan antara berbagai aktor yang berinteraksi dalam sistem ekonomi yang kompleks, seperti individu, organisasi, entitas, institusi lokal, regional dan nasional, pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan dalam konteks regional (Cohen, 2006; Nambisan & Baron, 2013; Morris et al, 2015; Neumeyer & Santo, 2018; Purbasari et al, 2020). Ciri khas dari setiap ekosistem kewirausahaan adalah hubungan simbiosis antara pemangku kepentingan yang berbeda (Xavier et al, 2013; Neumeyer & Corbett, 2017; Purbasari et al, 2019). Ekosistem kewirausahaan terdiri dari seperangkat elemen individu (seperti kepemimpinan, budaya, modal manusia, dan pasar dan lainnya), yang digabungkan dalam cara yang kompleks. Hal ini dapat dipahami sebagai jaringan layanan, di mana kewirausahaan dijadikan fokus dari tindakan dan ukuran keberhasilan (Isenberg, 2010, 2011). Dari beberapa studi empiris menunjukkan bagaimana ekosistem kewirausahaan yang baik memungkinkan mendorong terciptanya kualitas kewirausahaan dan penciptaan nilai yang bersaing di tingkat regional (Fritsch & Michael, 2012; Purbasari et al, 2019).

Kajian strategi menunjukkan bahwa ekosistem bisnis menghasilkan keunggulan daya saing bagi masing-masing mitra yang ada di dalam ekosistem (Clarysse et al, 2014). Sebuah ekosistem kewirausahaan menyiratkan kerjasama dan hubungan produktif antar organisasi yang berbeda. Di banyak negara, hubungan ini terjadi antara perusahaan pemula, perusahaan besar, universitas, dan lembaga penelitian. Dalam ekosistem yang dinamis, manusia dan ide mengalir antara organisasi-organisasi ini, memulai usaha baru, bergabung dengan perusahaan yang sudah ada, dan menghubungkan inovasi bersama-sama (Auerswald, 2015).

Aktor dan Faktor Ekosistem Kewirausahaan

Salah satu aspek penting yang harus dipahami mengenai ekosistem kewirausahaan adalah struktur relasional antara berbagai pemangku kepentingan yang terlibat di dalam ekosistem kewirausahaan (Neumeyer & Santo,

2018). Kompleksitas ekosistem kewirausahaan berhubungan dengan banyaknya pelaku, serta adanya strategi kompetitif yang dihasilkan oleh logika kompetitif yang terkait dengan kepemimpinan. Ekosistem kewirausahaan juga memiliki dimensi temporal karena progresivitasnya dan dimensi geografis karena posisi kedekatan para actor (Neck et al., 2004; Cohen, 2006; Isenberg, 2010, 2011; Kantis & Federico, 2012; Purbasari et al, 2020). Komponen umum yang diidentifikasi adalah budaya pendukung, modal ventura, jaringan aktif pengusaha, pejabat pemerintah daerah, investor, universitas dan layanan pendukung yang terlibat di dalam ekosistem kewirausahaan (Neck et al, 2004; Isenberg, 2010; Feld, 2012; Foster et al, 2013; Ács et al, 2014; Stam, 2015; Spigel, 2017; Purbasari et al, 2019).

Menurut Isenberg (2011) ekosistem kewirausahaan terdiri dari enam domain utama, yang walaupun kenyataannya sebuah ekosistem kewirausahaan dapat terdiri dari ratusan elemen spesifik. Enam domain utama tersebut adalah budaya yang kondusif, kebijakan dan kepemimpinan, ketersediaan keuangan, modal manusia yang berkualitas, pasar, dan berbagai dukungan kelembagaan dan infrastruktur. Ekosistem kewirausahaan dapat menjadi (relatif) mandiri karena kesuksesan dalam berkembang dengan memberi kontribusi kembali untuk peningkatan enam domain ekosistem kewirausahaan, sehingga ada titik kritis di mana keterlibatan pemerintah dapat dan harus dikurangi secara signifikan, yaitu ketika enam domain tersebut telah cukup kuat dan telah dapat saling menguatkan.

Industri Kreatif

Konsep industri kreatif telah menjadi kajian yang menarik bagi akademis dan literatur kebijakan selama lebih dari satu dekade. Menurut Hesmondhalgh & Pratt (2005) industri kreatif dimulai dengan adanya komersialisasi produksi budaya di abad kesembilan belas, dan dari awal abad ke-20 dan seterusnya, yang kemudian semakin meningkat dalam masyarakat industri maju (Maryunani et al, 2015). Salah satu literatur pertama tentang industri kreatif adalah Adorno & Horkheimer (1979), yang

mengembangkan gagasan tentang 'industri budaya', yang dimaksudkan untuk menarik perhatian pada komoditas seni.

Pada pertengahan abad ke-20, pertumbuhan "industri budaya" meningkat (Hesmondhalgh & Pratt, 2005). Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kemampuan membaca dan tersedianya waktu luang, yang mengarah ke konsumerisme dan pentingnya 'perangkat budaya' seperti hi-fi, TV, VCR, dan komputer pribadi. Pada tahun 1997, Pemerintah Inggris memutuskan untuk mengubah Departemen Warisan Nasional menjadi Departemen Kebudayaan, Media dan Olahraga (DCMS). DCMS kemudian membentuk sebuah satuan kerja industri kreatif, dan menerbitkan Dokumen Pemetaan Industri Kreatif (1998), lengkap dengan definisi dan tiga belas sub sektor, yang tidak lagi disebut industri budaya, yang menurut O'Connor (2007), karena terlalu melekat pada 'seni', bukan ekonomi (Maryunani et al, 2015).

Istilah industri kreatif kemudian mulai digunakan oleh para peneliti untuk menggambarkan sektor-sektor ekonomi Inggris di mana pengetahuan dan kreativitas menambah nilai ekonomi dan sosial terhadap barang dan jasa. Industri kreatif terdiri dari perusahaan-perusahaan periklanan, arsitektur, seni dan kerajinan, industri desain, perancang busana, media layanan, perangkat lunak, seni pertunjukan, penerbitan, film, musik, dan televisi (Departemen Pemerintah Inggris untuk Budaya, Media & Sport, 2010; Parkman et al, 2012; Purbasari et al, 2020).

Menurut DCMS (1998, 2010), industri kreatif adalah industri yang mengandalkan kekuatan pengetahuan, kreativitas, bakat, dan inovasi. Karakteristik industri kreatif meliputi sentralitas kegiatan inovasi dalam pasar organisasi, produk dan layanan di mana tuntutan konsumen sangat subjektif, berubah dan kadang-kadang memiliki batasan yang ambigu antara atribut, dan fokus untuk mengidentifikasi peluang untuk menciptakan nilai (ekonomi dan sosial). Howkins (2001) berpendapat bahwa istilah "industri kreatif" berlaku di mana "kekuatan otak lebih tinggi yang mana hasilnya adalah kekayaan intelektual". Pendapat lain

mengatakan produk dari industri kreatif sebenarnya lebih luas daripada inspirasi artistik, dan seharusnya mencakup generasi ide baru, solusi baru, dan cara kerja baru (dan kemitraan) yang menghasilkan kombinasi sumber daya baru (Parkman et al, 2012; Purbasari et al, 2020). Aktivitas industri kreatif bergantung pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu, berbeda dengan kebanyakan industri lainnya, produk utamanya adalah kekayaan intelektual daripada barang material atau layanan (Müller et al, 2009; Purbasari et al, 2019).

Kondisi industri kreatif Indonesia telah berkembang dengan pesat beberapa tahun terakhir. Sejak lama disadari, bahwa Indonesia memiliki potensi kekayaan seni budaya yang beragam sebagai fondasi untuk tumbuhnya industri kreatif. Keragaman budaya itu sendiri sebagai bahan baku industri kreatif, yang pada gilirannya telah memunculkan pula berbagai bakat (talent) masyarakat Indonesia di bidang industri kreatif (Rochmat, 2016). Kewirausahaan yang diperlukan untuk industri kreatif adalah kewirausahaan yang mempromosikan penciptaan lapangan kerja melalui kreativitas pelaku usaha yang memiliki semangat kewirausahaan serta pengetahuan dan teknologi yang unggul. Kewirausahaan ini memainkan peran penting dalam pembangunan ekosistem kewirausahaan lokal. Model bisnis untuk pembentukan ekosistem kewirausahaan ekonomi kreatif memungkinkan pembangunan platform wirausaha sebagai katalis untuk industri kreatif inovatif (Kim et al, 2016).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan teknik kontekstual mengenai transfer pengetahuan yang terjadi di dalam ekosistem kewirausahaan. Penelitian ini dilakukan di wilayah Priangan Timur dengan fokus pada industri kreatif subsektor kerajinan dengan alasan sebagai berikut (Bekraf, 2017; Purbasari et al, 2018):

1. Merupakan subsektor ketiga terbesar yang berkontribusi untuk ekonomi kreatif Indonesia sebesar 15,7 % setelah fashion (18,15%) dan kuliner (41,69%)

2. Merupakan subsektor kedua terbesar yang berkontribusi untuk ekspor (37%) setelah fashion (56%).

3. Sebagian besar wilayah di priangan timur memiliki industri lokal kerajinan berbasis sumber daya dan budaya lokal.

Adapun lokus penelitian pada penelitian ini terdiri dari Kota Tasikmalaya (industri kerajinan anyaman Mendong), Kab. Garut (industri kerajinan Akar Wangi) dan Kab. Ciamis (industri kerajinan Lidi Kelapa) dengan pertimbangan bahwa masing-masing Industri memenuhi kriteria sebagai Industri yang telah memiliki keunggulan daya saing (Purbasari dkk, 2018).

Proses identifikasi aktor dan faktor yang terlibat di dalam ekosistem kewirausahaan industri kreatif subsektor kerajinan di Wilayah Priangan Timur dilakukan berdasarkan level pendekatan individu (pelaku usaha), artinya semua aktor yang terlibat dalam ekosistem kewirausahaan berasal dari pendapat pelaku usaha dari setiap daerah yang menjadi lokasi penelitian melalui wawancara mendalam. Hal ini didasarkan oleh karena ekosistem kewirausahaan memiliki salah satu ciri kompleksitas yang ditandai dengan banyaknya jaringan aktor dan faktor (Struktur relasional) yang terlibat didalamnya (Kantis et al, 2012), sehingga akan sulit menganalisis ekosistem kewirausahaan secara keseluruhan, dengan demikian dibutuhkan batasan level analisis (level mikro (individu), level meso (kelompok), dan level makro (organisasi) (Letaifa et al, 2016; Purbasari et al, 2020). Level analisis individu (tingkat mikro) dipilih dengan pertimbangan bahwa ekosistem kewirausahaan menempatkan pelaku usaha (tingkat mikro) sebagai pusat penggerak dan pemain kunci dalam menghasilkan dan mempertahankan ekosistem kewirausahaan (Mason & Brown, 2014).

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Adapun yang menjadi informan pada penelitian terdiri dari elemen aktor dan faktor yang terlibat di dalam ekosistem kewirausahaan, terdiri dari 6 elemen aktor yaitu Pemerintah, Perbankan, Masyarakat Sosial, Profesional, Pelaku Bisnis dan Pasar. Sementara 5 elemen faktor terdiri dari

Informasi, Pengetahuan, Layanan Pendukung, Kapabilitas Kewirausahaan dan Budaya sosial (Isenberg, 2011; Mason & Brown, 2014; Stam, 2015; Purbasari et al, 2018). Penentuan informan dilakukan dengan cara *snowball* dengan total sebanyak 62 informan.

Selanjutnya untuk pengolahan dan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan

berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (penyajian data) dan *Conclusion Drawing/ verification* (Miles & Huberman, 2007).

Tabel 2. Operasionalisasi Konsep

Konsep /Variabel	Subvariabel	Dimensi	Indikator
Ekosistem Kewirausahaan	1. Elemen Aktor	1. Pelaku Bisnis 2. Pemerintah 3. Perbankan 4. Profesional 5. Pasar 6. Masyarakat Sosial	1. Baru/sudah berkembang 2. Kebijakan/infrastruktur, /dukungan 3. Lembaga keuangan bank/ non bank 4. Akademik, Konsultan, Komunitas 5. Konsumen akhir/ konsumen bisnis/ distributor 6. Tokoh masyarakat, Masyarakat Sekitar, Komunitas lokal (formal dan informal)
	2. Elemen Faktor	1. Informasi 2. Pengetahuan 3. Layanan Pendukung 4. Kapabilitas Kewirausahaan 5. Budaya sosial	1. Ide, saran, nasihat 2. Kognitif dan pengalaman 3. Pelatihan, pendampingan, konsultasi, coaching 4. Talent/kepemimpinan/ pola pikir/perilaku/ kemampuan manajemen 5. Norma Masyarakat / Nilai Kearifan lokal

Sumber: Hasil olahan Peneliti (2017) berdasarkan Isenberg (2011), Mason & Brown (2014), Stam (2015) dan Purbasari et al. (2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi dan analisis aktor dan faktor yang terlibat di dalam ekosistem kewirausahaan dapat digunakan untuk menghasilkan pengetahuan tentang aktor dan faktor yang relevan sehingga dapat memahami perilaku, niat, keterkaitan, agenda, minat dan pengaruh atau sumber daya yang dimiliki (Brugha, 2000; Phan et al, 2005; Inga et al, 2017; Purbasari et al, 2019). Dalam penciptaan nilai (dan dalam proses inovasi), pelaku usaha membutuhkan peran aktor lain dalam ekosistem. Sebagaimana diungkapkan Acs et al, (2017) bahwa kegiatan wirausaha individu penting untuk dikombinasikan dengan institusi untuk

pertumbuhan ekonomi (Purbasari et al, 2018). Berikut ini akan dijelaskan hasil dan pembahasan penelitian:

Identifikasi Aktor dalam Ekosistem Kewirausahaan Industri Kreatif di Wilayah Priangan Timur, Jawa Barat

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pelaku usaha, dapat diidentifikasi para aktor yang terlibat di dalam proses transfer pengetahuan yang terjadi pada ekosistem kewirausahaan industri kreatif di Wilayah Priangan Timur, ditunjukkan pada Tabel. 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Identifikasi Elemen Aktor

No	Elemen	Aktor
1.	Pelaku Usaha	Pelaku Usaha Industri kreatif, Pengrajin
2.	Pemerintah /Institusi Kabupaten/Kota	a. Dinas Koperasi dan UMKM b. Dinas Industri dan Perdagangan c. Dinas Pariwisata d. Dinas Tenaga Kerja e. Dinas Pendidikan
3.	Profesional	Universitas: a. UNPAD b. ITB c. IPB d. UNSIL e. UNIGAL f. UNIGA g. UIN
4.	Perbankan	a. BRI b. BJB c. MANDIRI
5.	Pasar	a. Konsumen bisnis b. Distributor c. Konsumen akhir
6.	Masyarakat Sosial	Masyarakat Sekitar: a. Keluarga b. Tetangga/Ibu Rumah Tangga c. Remaja pengangguran d. Remaja putus sekolah e. Santri

Sumber: Hasil olahan Peneliti (2019)

Pelaku Usaha (Baru/Sudah Berkembang)

Pelaku usaha Industri Kreatif Kerajinan di Wilayah Priangan Timur sebagian besar merupakan pelaku usaha yang telah mengembangkan usahanya, selama antara 6 tahun hingga 38 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa industri kreatif kerajinan merupakan industri yang mampu bertahan dan berkelanjutan.

Dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, sesama pelaku usaha saling membantu terutama dalam kegiatan produksi, pengadaan bahan baku, pemasaran, pencarian ide dan pengembangan model bentuk, ukuran, motif dan desain produk. Pelaku usaha dalam interaksinya dengan sesama pelaku usaha lain sering saling berdiskusi, saling menyemangati, bertukar ide, berbagi order agar produksi dapat diselesaikan dengan cepat.

Pelaku usaha juga berupaya untuk melibatkan dan memberdayakan lebih banyak

masyarakat sekitar dalam usahanya, terutama mendidik masyarakat sekitar melalui pelatihan menganyam untuk menjadi pengrajin, memperkerjakan masyarakat sekitar sebagai karyawan, serta mengedukasi masyarakat sekitar untuk bisa menghargai dan merasa memiliki produk kerajinan.

Upaya meningkatkan kemampuan kewirausahaannya, pelaku usaha diantaranya mengikuti pelatihan, pameran, berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan pelaku usaha lain dan pemerintah, serta memanfaatkan internet dan buku untuk mencari informasi terbaru mengenai perkembangan terutama trend desain produk.

Pelaku usaha yang fokus pada inovasi dalam produk, teknik produksi, dan pasar memainkan peran kunci dalam pertumbuhan ekonomi. Tindakan pelaku usaha adalah elemen kunci dari proses kewirausahaan (Acs et al, 2014), karena sering menghasilkan inovasi

(Bird, 2012; Purbasari et al, 2019). Dari berbagai jenis output pelaku usaha, ekosistem kewirausahaan berfokus pada kegiatan pengenalan peluang yang menghasilkan pelaku usaha yang produktif. Kinerja ekosistem kewirausahaan bergantung pada interaksi antara pelaku usaha, organisasi, dan lembaga (Alvedalen & Boschma, 2017; Purbasari et al, 2020), menjadikan pelaku usaha sebagai agen paling penting yang memainkan banyak peran dalam ekosistem, sebagai pemimpin, mentor, dan investor, dan mendirikan usaha yang berpotensi berdampak tinggi (László et al, 2019).

Pemerintah (Kebijakan / Infrastruktur / Dukungan)

Peran pemerintah sebagai aktor lain yang ikut terlibat dalam proses transfer pengetahuan di dalam ekosistem kewirausahaan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur ditunjukkan dengan keterlibatan beberapa dinas pemerintah di masing-masing wilayah. Dinas pemerintah tersebut meliputi Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Industri dan Perdagangan, Dinas Pariwisata, Dinas Tenaga Kerja dan Dinas Pendidikan.

Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Industri dan Perdagangan serta Dinas Tenaga Kerja hampir setiap tahun memberikan pelatihan untuk industri kreatif kerajinan. Beberapa pelatihan tersebut meliputi pelatihan kewirausahaan, pelatihan produksi, pelatihan ekspor impor, pelatihan desain produk, pelatihan pemasaran, pengelolaan keuangan termasuk pendidikan ilmu pengetahuan dan *life skill* serta kegiatan seminar/ *workshop*. Disperindag bersama Dinas Pariwisata bersama Dinas Koperasi dan UMKM juga berperan dalam memfasilitasi kegiatan pameran produk kerajinan melalui penyediaan stand pameran, baik untuk kegiatan pameran yang diadakan di Jabar maupun di luar kota. Melalui kegiatan pameran tersebut, Disperindag membantu menghubungkan pelaku usaha dengan pasar walaupun secara tidak langsung. Dari kegiatan tersebut, pelaku usaha industri kreatif kerajinan mendapatkan pengalaman studi banding dengan berbagai macam produk industri kerajinan

lainnya di luar kota, yang dapat menambah wawasan dan menambah relasi. Dinas pariwisata juga sering mengundang dan melibatkan pelaku usaha dalam kegiatan pengenalan produk unggulan daerah kepada para tamu pemerintah.

Sementara Dinas Koperasi UMKM dan BMT memiliki peran dalam industri kreatif kerajinan melalui beberapa program kegiatan. Pertama penguatan kelembagaan kepada SDM dan koperasi dan lembaga; meningkatkan kapasitas pengetahuan berupa manajemen usaha tentang kewirausahaan, kedua Program kemitraan, memfasilitasi kemitraan dengan lembaga lain, seperti perbankan (BRI) untuk akses pembiayaan KUR, pameran dan promosi. Program kewirausahaan dan kelembagaan usaha merupakan program yang dirancang berdasarkan perpres peraturan presiden no 96 tahun 2014 tentang perizinan bagi usaha mikro untuk membantu umkm yang membutuhkan pembuatan kelembagaan dalam usahanya untuk meningkatkan kreasi inovasi serta untuk mewujudkan kewirausahaan sebuah usaha dan meningkatkan kualitas SDM. Program tersebut diharapkan dapat membantu status umkm dipersamakan dengan siup dan kedepannya dapat dibuat di kecamatan sesuai dengan domisili usahanya dengan proses yang cepat dan gratis.

Selain itu, Dinas Pendidikan melalui SKB (sanggar kegiatan belajar) melakukan kegiatan pendidikan nonformal yang memiliki target masyarakat yang tidak memiliki kegiatan, kemudian dididik untuk bisa menguasai teknik menganyam.

Meskipun demikian, para pelaku usaha masih menilai bahwa pemerintah tidak memiliki kebijakan, fasilitas, dukungan, atau kemudahan dalam upaya memajukan industri kreatif ini. Tidak ada kebijakan yang mendukung pengembangan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur. Beberapa pelatihan dan seminar yang dilakukan pemerintah sering tidak berjalan efektif, karena pemerintah hanya sekedar menuntaskan pelaksanaan program kerja, bukan pada output yang dihasilkan, sehingga kegiatan pelatihan sering tidak berkelanjutan dan tidak memberikan dampak yang signifikan bagi kemajuan usaha industri.

Terkait dengan kondisi tersebut, peran pemerintah dalam hubungan dengan pelaku usaha, dijelaskan melalui konsep bahwa inovasi telah diakui dapat mendorong daya saing dan kekayaan, wilayah yang makmur juga harus memiliki sejumlah besar aktor lokal yang mendukung transformasi proyek-proyek inovatif menjadi nilai ekonomi dan sosial melalui penciptaan bisnis. Skala dan kualitas modal wirausaha bergantung, sampai taraf tertentu, pada kebijakan yang dirancang dan dilaksanakan oleh pemerintah daerah, yang membentuk kegiatan wirausaha daerah. Inovasi, kewirausahaan dan daya saing regional adalah subyek yang telah muncul sebagai titik fokus bagi banyak sarjana dan pembuat kebijakan (Audretsch et al, 2012). Selain itu, berkenaan dengan kebijakan, pemerintah memiliki peran untuk menghilangkan hambatan dan memberikan prakondisi ideal untuk pengembangan kewirausahaan (Isenberg, 2011; Mason & Brown, 2014). Prakondisi ini terkait dengan reformasi dalam kerangka hukum, birokrasi dan peraturan (Cohen, 2006; Isenberg, 2010). Tindakan untuk memenuhi tujuan ini termasuk penyederhanaan dan organisasi pengumpulan pajak, dekriminialisasi kebangkrutan, perlindungan pemegang saham sebelum kreditur, penciptaan dan liberalisasi pasar modal dan penyederhanaan pengakhiran kontrak kerja - plus dukungan bagi para penganggur (Isenberg, 2010, 2011 ; Autio et al, 2014). Dengan adanya hambatan dalam penyelenggaraan kegiatan yang masih dirasakan oleh pelaku usaha, Disperindag serta aktor pemerintah lainnya hendaknya memperbaiki perencanaan hingga pelaksanaan kebijakannya agar mampu mengembangkan kewirausahaan pelaku usaha secara nyata dan berkelanjutan.

Perbankan (Lembaga Keuangan Bank/Non Bank)

Peran perbankan baik dalam bentuk lembaga keuangan maupun lembaga non keuangan turut berkontribusi dalam menjaga kesehatan ekosistem kewirausahaan. Pada ekosistem kewirausahaan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur, peran perbankan ditunjukkan dengan keterlibatan BRI,

BJB dan Mandiri dalam meningkatkan pengembangan usaha melalui bantuan modal usaha dengan cara penyaluran dana kredit dalam bentuk KUR dengan bunga yang lebih rendah. Namun sebagian besar pelaku usaha masih memilih untuk menggunakan pinjaman pribadi karena terbentur masalah persyaratan KUR yang belum dapat dipenuhi, terutama terkait perijinan usaha. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha mengetahui adanya KUR tetapi tidak menggunakan fasilitas program tersebut karena kekhawatiran mengenai risiko bunga dan kegagalan dalam pengembalian.

Keterlibatan lain dari perbankan terutama BRI dalam industri kreatif kerajinan adalah promosi produk melalui kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh pihak perbankan. Pelaku usaha menyadari bahwa perbankan memiliki fokus bagaimana pelaku usaha dapat berkembang karena akan memberi dampak pada perbankan itu sendiri terkait pengembalian dana yang diterima oleh pelaku usaha.

Hubungan aktor pelaku usaha dengan aktor perbankan menjadi penting karena bidang ini adalah salah satu dari tiga aspek utama ekosistem kewirausahaan. Akses ke keuangan, pada gilirannya, dianggap oleh pengusaha sebagai salah satu dari tiga aspek utama dari ekosistem kewirausahaan - yang lain adalah pasar dan sumber daya manusia (WEF, 2015). Sumber daya keuangan, publik atau swasta, harus tersedia, terlihat dan dapat diakses oleh semua segmen dan sektor ekosistem (Stam, 2015). Pasar keuangan yang berkembang dengan baik mengurangi biaya perolehan modal oleh perusahaan dan memfasilitasi aliran uang, yang memungkinkan perusahaan untuk berkembang lebih cepat (Kshetri, 2014; Purbasari et al, 2019).

Profesional (Akademik / Konsultan / Komunitas)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, untuk elemen profesional, hanya aktor akademik saja yang memiliki keterlibatan pada industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur, sedangkan aktor konsultan dan komunitas dinilai tidak memiliki peran. Akademik (universitas) sebagai aktor profesional memiliki peran penting di mana

peran universitas semakin nyata terutama bagi negara dengan ekonomi yang sedang berkembang dan menghadapi kelangkaan sumber daya yang meningkat dan persaingan kompetitif. Sains dan teknologi semakin muncul sebagai sumber utama keunggulan kompetitif dan berkelanjutan bagi negara dan wilayah (Carayannis & Campbell, 2011).

Keterlibatan aktor akademik (ITB, IPB, Unpad, UIN, Unsil, Uniga dan Unigal) pada industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur terwujud dalam beberapa kegiatan pelatihan, penelitian dan kuliah kerja nyata mahasiswa. Aktor akademik beberapa kali mengadakan pelatihan diantaranya pelatihan membuat website usaha, pelatihan penunuan, manajemen usaha, manajemen produksi, manajemen keuangan, serta manajemen pemasaran, yang sebagian besar dalam penyelenggaraannya bekerja sama dengan pihak pemerintah setempat. Selain itu, ITB juga pernah berperan sebagai instruktur yang memberikan konsep dan teori mengenai gangguan hewan kutu di mendong (jurusan biologi). Selain itu fakultas seni rupa ITB memberikan tidak sekedar pelatihan tetapi juga seminar dan bimbingan mengenai desain dan motif tiga dimensi serta inovasi pewarnaan produk kerajinan. Aktor akademik juga yang pernah memberikan kegiatan penyuluhan dalam penggunaan alat dalam proses inovasi untuk meningkatkan kualitas produk. Kegiatan lain yang dilaksanakan pihak akademik meliputi kegiatan penelitian dan praktek kerja lapangan dengan melibatkan mahasiswa tingkat akhir untuk belajar bersama masyarakat sebagai upaya memajukan dan mengembangkan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur.

Berdasarkan penjelasan tersebut, universitas sering menjadi jantung ekosistem kewirausahaan dengan pengetahuan lokal, memberikan talenta tenaga kerja dan penemuan yang bisa dikomersialkan melalui kewirausahaan. Namun, perlu dipahami bahwa ekosistem kewirausahaan dengan pengetahuan yang memadai belum tentu menghasilkan kewirausahaan dan mungkin ada tanpa keterlibatan langsung dari universitas. Selain itu, transisi dari penemuan yang berasal dari

akademis menjadi sesuatu yang bersifat komersialisasi akan sangat mudah dilakukan melalui proses kewirausahaan (Aaltonen, 2016). Proses transfer pengetahuan dapat terjadi antara universitas, pemerintah dan pelaku usaha yang terjadi dalam ekosistem kewirausahaan (North, 1990; Guerrero et al, 2014). Tantangan utama universitas adalah mencoba untuk menjadi lebih memiliki karakter kewirausahaan agar menjadi lebih produktif dan kreatif dalam membangun hubungan antara pendidikan dan penelitian (Kirby et al, 2011; Guerrero et al, 2014). Kinerja universitas juga merupakan faktor yang relevan dalam membentuk kapasitas inovasi dan daya saing di setiap wilayah tertentu (Bonardo et al, 2010; Hülsbeck et al, 2013; Lehmann et al, 2012; Li, 2009; Guerrero et al, 2014).

Pasar (Konsumen Akhir/ Konsumen Bisnis/ Distributor)

Pada ekosistem kewirausahaan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur, aktor dari elemen pasar yang terlibat terdiri dari konsumen akhir, konsumen bisnis dan distributor. Namun, aktor distributor menjadi aktor pasar yang dinilai banyak berperan dalam kemajuan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur. Pada industri ini, aktor distributor berkontribusi dalam memberikan masukan ide model atau desain produk dan membantu memasarkan produk kerajinan serta memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas produk agar lebih bagus atau lebih rapi.. Umumnya distributor memiliki karyawan atau reseller untuk memasarkan produk ke Sumatra, Kalimantan dengan cara pemasaran langsung ke konsumen akhir. Dengan perannya tersebut, distributor diakui sebagai salah satu sumber informasi yang dibutuhkan pelaku usaha terutama terkait dengan perkembangan model produk dan kondisi pasar (perubahan permintaan dan harga). Oleh karena itu, pelaku usaha menyatakan bahwa distributor merupakan pihak yang bermanfaat informasinya karena penting bagi kemajuan usaha dan dapat diterima dengan cepat. Sementara beberapa peran konsumen akhir dalam industri kreatif kerajinan mencakup sebagai pembeli souvenir-souvenir pernikahan dan cenderamata kegiatan, souvenir hotel,

memberikan ide desain produk yang sesuai dengan keinginan / permintaan konsumen. Beberapa peran konsumen bisnis dalam industri kreatif kerajinan yaitu meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan pasar, memberikan saran dan ide motif desain berdasarkan permintaan konsumen akhir (*custom*) seperti corak, warna atau bentuk.

Penjelasan tersebut sejalan dengan literatur yang menjelaskan bahwa terdapat dua elemen yang berkontribusi besar terhadap kemampuan usaha baru untuk mengakses peluang yang ditawarkan pasar. Salah satunya adalah perusahaan besar yang menyediakan sumber daya, ruang dan peluang komersial - kontrak pertama atau pelanggan awal. Elemen lainnya adalah jaringan yang dapat mendorong penciptaan bisnis baru dari *spillovers* pengetahuan dan merupakan sumber utama informasi, sumber daya dan akses ke pasar domestik dan internasional (Zahra et al, 2014; Purbasari et al, 2019).

Masyarakat Sosial (Tokoh Masyarakat/ Masyarakat Sekitar/ Komunitas Lokal (Formal dan Informal))

Pada elemen masyarakat sosial, peran tokoh masyarakat dan komunitas lokal dianggap tidak terlalu mempengaruhi perkembangan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur. Dengan kata lain tokoh masyarakat tidak memiliki peran dalam Industri Kreatif Kerajinan. Hanya aktor masyarakat sekitar yang dinilai memiliki keterlibatan dan peran dalam industri kreatif ini. Hal ini disebabkan karena masyarakat sekitar berperan sebagai sumber daya manusia bagi yang diberdayakan baik sebagai karyawan maupun pengrajin yang dinilai paling berpengaruh dan sulit untuk didapatkan. Menurut pelaku usaha, masyarakat sekitar merupakan aktor yang paling menunjang dan mendorong kemajuan Industri Kreatif Kerajinan karena sulitnya menemukan tenaga kerja yang mampu menenun, sehingga masyarakat sekitar yang dilatih untuk menguasai kemampuan menenun sangat membantu pelaku usaha dalam produksi usahanya. Sumber daya manusia dari masyarakat sekitar meliputi keluarga, tetangga/ibu rumah tangga, remaja

pengangguran, remaja putus sekolah dan para santri yang berada disekitar wilayah industri. Dalam hal ini, pelaku usaha dan masyarakat sekitar menyadari adanya rasa saling membutuhkan, dimana masyarakat butuh pekerjaan, sementara pelaku usaha membutuhkan tenaga kerja. Masyarakat sekitar juga ikut merasakan kebanggaan tersendiri dengan adanya Industri Kreatif Kerajinan, dapat memperkenalkan kampung halamannya sebagai daerah yang memiliki kekhasan, yang mampu menarik kunjungan wisata, tamu-tamu pemerintah, media televisi dan lain-lain.

Masyarakat sosial sebagian bagian dari ekosistem kewirausahaan berkaitan dengan lingkungan sosial yang mempengaruhi kewirausahaan itu sendiri. Kewirausahaan dapat dianggap sebagai *self-reinforcing* di alam dan dapat berkonsentrasi secara geografis karena lingkungan sosial, sebagai individu mengikuti petunjuk sosial dan dipengaruhi oleh apa yang orang lain telah pilih untuk dilakukan (Feldman, 2001; Minniti, 2005; Huggins & Williams, 2011; Purbasari et al, 2020). Aktivitas kewirausahaan dapat menciptakan siklus umpan baliknya sendiri, perlahan-lahan menggerakkan masyarakat ke budaya yang lebih kewirausahaan, dan di daerah dengan kepadatan tinggi dari contoh kegiatan wirausaha dari penciptaan usaha baru yang sukses menawarkan model peran yang dapat disesuaikan oleh orang-orang (Verheul et al, 2001; Huggins & Williams, 2011).

Oleh karena itu, kawasan dapat mempengaruhi kegiatan wirausaha melalui budaya bersama atau seperangkat aturan formal dan informal (Werker & Athreye, 2004). Di daerah-daerah di mana kewirausahaan dipandang sebagai memberikan penghargaan yang berharga, dan pengusaha dipandang sebagai teladan, budaya kewirausahaan yang berkelanjutan dapat dibentuk (Saxenian, 1996; Huggins, & Williams, 2011).

Identifikasi Faktor dalam Ekosistem Kewirausahaan Industri Kreatif di Wilayah Priangan Timur, Jawa Barat

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para informan, dapat diidentifikasi

faktor-faktor yang terlibat di dalam proses transfer pengetahuan yang terjadi pada ekosistem kewirausahaan industri kreatif di

Wilayah Priangan Timur, yang dijelaskan pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4. Hasil Identifikasi Elemen Faktor

No	Elemen	Faktor
1.	Informasi	Ide, saran, nasihat
2.	Pengetahuan	Kognitif dan pengalaman
3.	Layanan Pendukung	Pelatihan
4.	Kapabilitas Kewirausahaan	Talent/kepemimpinan/ pola pikir/perilaku/ kemampuan manajemen
5.	Budaya sosial	Norma Masyarakat / Nilai Kearifan lokal

Sumber: Hasil olahan Peneliti (2019)

Informasi (Ide/Saran/Nasihat)

Pelaku usaha dalam industri kreatif di Wilayah Priangan Timur mendapatkan ide usahanya dari berbagai sumber. Sebagian pelaku usaha mendapatkan ide usaha dari berkunjung ke pameran, jalan-jalan, pernah berkerja sebagai karyawan di usaha kerajinan, meneruskan usaha keluarga dan terinspirasi oleh keberhasilan keluarga, saudara dan tetangga yang menjalankan usaha industri kerajinan serta diajak bergabung dalam program kewirausahaan pemerintah. Sepertinya misalnya program pemberdayaan untuk TKI kewirausahaan yang dipromosikan oleh bnp2tki. Selain itu, faktor idealisme kecintaan terhadap kekayaan alam daerah juga menciptakan ide usaha tersendiri bagi pelaku usaha untuk menjalankan usaha industri kreatif kerajinan. Ada juga pelaku usaha yang pada awalnya hanya berperan sebagai pemasok bahan baku, tetapi kemudian muncul keinginan untuk membuka usaha sendiri dan menjalankannya bersama keluarga. Ide usaha tersebut kemudian dikembangkan oleh pelaku usaha dengan menggali informasi lebih mendalam mengenai usaha yang dijalaninya melalui beberapa cara dan media, seperti internet, pameran dan festival, berdiskusi dengan sesama pelaku usaha, dan kegiatan pelatihan.

Pelaku usaha juga kerap menerima saran dan nasihat dari pihak lain untuk kemajuan usahanya. Misalnya dari pihak pemerintah terutama mengenai hal promosi, pelaku usaha lain dan pengrajin, teman sejawat yang menyukai seni, keluarga, pelanggan serta dari

pengepul atau distributor. Saran dan nasihat yang diterima seputar tentang kondisi permintaan pasar, perubahan harga produk dan trend desain produk.

Pengetahuan (Kognitif dan Pengalaman)

Pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sebagian besar berasal dari keluarga seperti orang tua atau paman secara turun temurun, sesama pelaku usaha serta pengrajin lain melalui proses saling berdiskusi dan bertukar pikiran mengenai perkembangan kondisi industri kerajinan. Sebagian pengetahuan tentang bagaimana cara menjalankan usaha juga diperoleh dari pemerintah dan akademik yang umumnya melalui proses pelatihan, pameran, seminar atau *workshop*. Dari kegiatan tersebut pelaku usaha mendapat pengetahuan mengenai keanekaragaman desain dan model dari produk kerajinan sejenis maupun kerajinan lainnya seperti tempat buah, tempat aqua gelas, tempat pensil, dan lampu hias. Adapula pelaku usaha yang mendapatkan pengetahuan mengenai cara menjalankan usaha kerajinan dengan belajar sendiri melalui media internet seperti youtube.

Begitu pula dalam hal pengalaman yang dimiliki pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, sebagian besar diperoleh dari hasil belajar langsung kepada pengrajin atau bekerja terlebih dahulu dengan pelaku usaha lain serta mengikuti *workshop* yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Jenis pengetahuan yang dimiliki pelaku usaha industri kreatif kerajinan beragam dari

pengetahuan cara menganyam produk, cara menjahit, membuat model, mendesain dan mewarnai, serta cara mengelola usaha secara keseluruhan. Pengetahuan mengelola usaha secara keseluruhan ini meliputi cara produksi, strategi pemasaran, mengelola keuangan dan SDM serta peningkatan kualitas. Tentunya tidak semua pelaku usaha secara merata menguasai semua pengetahuan tersebut. Pelaku usaha yang memiliki jaringan aktor yang lebih luas, secara umum memiliki pengetahuan yang lebih luas dibanding pelaku usaha lainnya.

Namun demikian, ada beberapa hambatan dan permasalahan yang sering dihadapi para pelaku usaha dalam mengimplementasikan pengetahuan yang dimilikinya ke dalam usaha, misalnya terutama jika ingin mengembangkan model desain baru harus menyesuaikan dengan bahan baku yang sering mengalami kenaikan harga dan pengerjaan dengan waktu yang lebih lama yang akan mempengaruhi aktivitas produksi. Hal ini tentu saja akan berdampak pada keberlanjutan usaha sehingga tidak semua pengetahuan yang telah dimiliki oleh pelaku usaha diimplementasikan dalam usahanya.

Dapat dipahami bahwa proses penyerapan pengetahuan ini disadari menjadi suatu kebutuhan bagi pelaku usaha. Hal ini karena kompetisi dan seleksi berada di tengah-tengah berbagai pilihan yang memungkinkan individu (dan perusahaan) untuk belajar dari keberhasilan dan kegagalan dari diri sendiri dan orang lain. Proses pembelajaran ini memungkinkan individu untuk meningkatkan keterampilan dan menyesuaikan sikapnya (Wennekers & Thurik, 1999; Purbasari et al, 2019), tentunya terhadap keadaan lingkungan usahanya. Baik pada proses transfer pengetahuan maupun penyerapan pengetahuan, keduanya menunjukkan proses interaksi antara individu dan kelompok; dalam, antara, dan lintas kelompok; dan dari kelompok ke organisasi, sehingga penerima pengetahuan akan memiliki pemahaman kognitif, memiliki kemampuan untuk menerapkan pengetahuan, atau menerapkan pengetahuan dalam rangka mengoptimalkan hasil inovasi (Liyanage et al, 2009; Purbasari et al, 2019). Begitu pula dengan kondisi pada ekosistem kewirausahaan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur.

Layanan Pendukung (Pelatihan / Pendampingan/ Konsultasi / Coaching)

Pada elemen faktor layanan pendukung, hasil identifikasi menunjukkan bahwa hanya faktor pelatihan yang terdapat pada ekosistem kewirausahaan industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur. Sementara faktor pendampingan, konsultasi dan *coaching* tidak ditemukan.

Ada beragam pelatihan yang diterima oleh pelaku usaha industri kreatif kerajinan. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada elemen-elemen sebelumnya, bahwa pelatihan yang pernah dilakukan pada ekosistem kewirausahaan industri ini terdiri dari pelatihan kewirausahaan, pelatihan produksi, pelatihan ekspor impor, pelatihan desain produk, pelatihan pemasaran, pengelolaan keuangan termasuk pendidikan ilmu pengetahuan dan *life skill* yang diselenggarakan oleh beberapa dinas pemerinath. Selain itu, aktor akademik beberapa kali mengadakan pelatihan diantaranya pelatihan membuat website usaha, pelatihan penunanan, manajemen usaha, manajemen produksi, manajemen keuangan, serta manajemen pemasaran, yang sebagian besar dalam penyelenggaraannya bekerja sama dengan pihak pemerintah setempat.

Proses penyelenggaraan kegiatan umumnya dilakukan di hotel atau gedung serba guna milik pemerintah sesuai dengan jadwal program pelaksanaan kegiatan pemerintah maupun akademik yang rutin diselenggarakan 1-2 kali dalam setahun. Peserta kegiatan pealtihan terdiri dari 40 lebih peserta mencakup pelaku usaha, pengrajin dan karyawan. Dalam penyelenggaraan pelatihan tersebut, baik pihak pemerintah maupun akademik berkolaborasi sesuai dengan kapasitasnya masing-masing.

Sama seperti penjelasan sebelumnya, sebagian besar pelaku usaha menilai bahwa pelatihan yang diadakan sering tidak berkelanjutan dan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kemajuan usaha. Namun demikian, sebagian kecil dari pelaku usaha lain beranggapan bahwa kegiatan pelatihan cukup efektif. Melalui kegiatan pelatihan ini, mereka bisa mendapatkan ilmu,

kaos dan tas serta menerima uang saku. Sehingga dapat dikatakan bahwa hasil pelatihan akan kembali lagi pada pelaku usaha apakah ada kemauan yang cukup untuk meningkatkan usahanya. Bisa diterapkan maupun tidak, akan tergantung pada kemampuan masing-masing pelaku usaha atau pengrajin.

Menurut Andersson & Henrekson (2014) sebagai para pembuat kebijakan dapat memberikan banyak manfaat dengan bekerja aktif untuk memperbaiki kondisi kerangka kelembagaan formal maupun informal. Lingkungan kelembagaan lokal yang kondusif tidak hanya meningkatkan peluang yang dikembangkan oleh suatu perusahaan, tetapi juga meningkatkan "kesiapan" untuk mengeksplorasi potensi yang terkait dengan kegiatan kewirausahaan dan pengetahuan. Baik pelaku usaha dan pemerintah dapat menggunakan ekosistem sebagai konsep untuk meningkatkan kewirausahaan dan inovasi (Acs et al, 2017; Purbasari et al, 2019). Agar suatu negara kompetitif dan memiliki budaya kewirausahaan yang kuat, kebijakan publik harus membentuk pilar daya saing dan pembentukan ekosistem wirausaha (Rodriguez, 2015).

Kapabilitas Kewirausahaan (Talent/ Kepemimpinan/ Pola Pikir/ Perilaku/ Kemampuan Manajemen)

Pada elemen faktor kapabilitas kewirausahaan, *talent* yang harus dimiliki para pelaku usaha industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur adalah keahlian dalam hal kerajinan tangan yang mencakup terdiri dari menganyam, menenun, memasang mesin, mendesain, memilih bahan baku yang bagus dan berkualitas serta mengemas produk hingga tampak menarik.

Pada aspek kepemimpinan, pelaku usaha memimpin karyawan dengan sistem kekeluargaan dan keakraban, memberikan kebebasan dalam waktu bekerja, lebih memprioritaskan toleransi, menempatkan karyawan sesuai kemampuannya, membuat karyawan merasa memiliki dan menumbuhkan kepercayaan, menganggap karyawan sebagai

rekan kerja, serta membangun komunikasi yang terbuka.

Selain itu, dalam pemahaman pola pikir yang lebih luas, para pelaku usaha memiliki visi untuk membuat warga Indonesia bisa menghargai kerajinan. Pelaku usaha industri kreatif kerajinan memiliki visi untuk menciptakan suatu produk kerajinan yang sangat berbeda, yang dapat membuat orang Indonesia menghargai kerajinan karena yang biasanya identik dengan harga murah dan kurang bermanfaat, akan dibuat lebih berharga dan bernilai sehingga dapat digunakan oleh segmen kelas menengah atas. Untuk itu, pelaku usaha berusaha menciptakan produk yang inovatif dengan membuat variasi bahan baku baik dari model bentuk, desain lukisan, dan lain-lain. Jadi penekanan kerajinan anyaman lebih kepada nilai guna dan estetika, bukan hanya untuk dipajang tetapi juga memiliki fungsi lain seperti aroma terapi dan pengusir nyamuk. Selain itu, Pelaku usaha juga berpikir untuk lainnya membuat masyarakat sekitar tertarik pada industri kreatif kerajinan, dengan cara melibatkan mereka dalam industri tersebut sehingga muncul rasa memiliki dan mencintai produk lokal khas daerah di Wilayah Priangan Timur. Pelaku usaha juga ingin melestarikan budaya kerajinan anyaman sebagai ciri khas produk daerah masing-masing di Wilayah Priangan Timur dan mengangkatnya ke level internasional. Para pelaku usaha berharap agar industri kreatif kerajinan di Wilayah Priangan Timur dapat semakin berkembang, mampu bersaing dengan produk asing dengan terus melakukan inovasi, pemerintah semakin terlibat, dan semakin banyak menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran.

Perilaku pelaku usaha dalam menjalankan usahanya ditunjukkan dengan membangun komunikasi yang komunikatif ke semua pihak, baik kepada konsumen, pengrajin, karyawan, dengan konsep kekeluargaan dan keterbukaan. Interaksi tersebut terjadi dengan suasana santai sambil silaturahmi, misalnya ketika bertemu dengan distributor di jalan lalu berbicara masalah usaha, masalah harga, masalah pemasaran, masalah bahan baku. Pelaku usaha membangun rasa saling percaya dengan semua

pihak karena saling membutuhkan dan jika ada masalah diselesaikan dengan cara baik-baik.

Adapun cara pelaku usaha dalam mengelola usahanya bervariasi tergantung dari latar pendidikan, pengalaman dan pelatihan yang diterima dan dimiliki masing-masing pelaku usaha. Sistem pengerjaan kerajinan anyaman bervariasi antar pelaku usaha. Sebagian ada yang mendapat pasokan barang setengah jadi dari daerah lain yang kemudian diolah lagi melalui proses *finishing* hingga produk layak untuk di jual, sementara yang lainnya ada yang memproduksi dengan melibatkan pengrajin secara langsung dengan sistem borongan. Adapula pelaku usaha mengelola usahanya dengan membentuk KUB (Kelompok Usaha Belajar), agar lebih banyak menyerap tenaga kerja berupa pengrajin sekaligus sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. Para pelaku dalam mengelola KUB dapat bertindak sebagai supplier bahan baku, benang, dan alat perlengkapan dengan cara menjualnya kepada pengrajin yang tergabung di dalam kelompok tersebut. Pembayaran ditentukan berdasarkan jumlah setoran produk yang dihasilkan pengrajin di KUB.

Pada kegiatan produksi, pengerjaan menganyam, menenun, melukis dan menjahit dilakukan dengan melibatkan masyarakat sekitar. Secara umum, pada proses produksi ini, tingkat kesulitan tertinggi ada pada proses penganyaman atau penenunan dan pelukisan. Aktivitas produksi juga erat kaitannya dengan pengelolaan bahan baku, sehingga para pelaku usaha perlu untuk menjalin hubungan kerjasama yang kuat dengan para supplier bahan dan memastikan bahan baku yang diterima sesuai kualitas dan kuantitasnya.

Untuk kegiatan pemasaran, sebagian besar pelaku usaha mengakui sangat bergantung pada distributor serta konsumen bisnis. Walaupun sebagian pelaku usaha pada awalnya juga sering mengikuti kegiatan pameran-pameran dari pameran lokal hingga taraf internasional, namun peran penting distributor dan konsumen bisnis untuk menjangkau konsumen akhir lebih besar terasa manfaatnya. Pelaku usaha industri kerajinan sebagian besar melayani pasar lokal yang ada di sekitar daerahnya, namun ada pula

yang telah mampu menjangkau pasar luar kota maupun luar negeri. Selain menjual langsung atau melalui distributor, sebagian besar pelaku usaha telah melakukan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, dan sebagainya. Untuk harga jual tika ditentukan berdasarkan ukuran, yang meliputi ukuran kecil atau besar.

Pengelolaan SDM, cara pelaku usaha dalam melakukan rekrutmen masih sangat sederhana, yang penting mau bekerja dan kemudian diajarkan cara menganyam/menenun. Rata-rata usia karyawan berkisar 20 hingga 50 tahun. Jadwal masuk kerja umumnya dimulai jam delapan, dengan jadwal istirahat jam dua belas, lalu kembali bekerja jam satu hingga sore.

Masalah umum yang sering dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya diantaranya adalah permasalahan terkait bahan baku yang sering mengalami kenaikan harga dan ketersediaan bahan baku yang berkualitas yang terbatas dan sering bersaing dengan pelaku usaha lain. Selain itu, faktor SDM turut menjadi permasalahan karena keterbatasan jumlah tenaga kerja yang tersedia terutama pengrajin, yang terkadang memutuskan untuk beralih profesi. Dari sisi pemasaran, banyaknya produk asing dari bahan plastik memberikan tantangan tersendiri untuk pelaku usaha untuk terus berupaya mencari ide motif produk yang menarik dan memperluas pasar. Selain itu, masalah sulitnya mendapatkan izin usaha masih ditemukan pada industri kreatif ini, sehingga pemerintah terkait diharapkan untuk membantu mempermudah urusan tersebut.

Dalam menyikapi permasalahan tersebut, pelaku usaha sering melibatkan sesama pelaku usaha lain dan keluarga untuk meminta pendapat. Untuk permasalahan bahan baku, beberapa pelaku usaha mencoba memberdayakan budidaya bahan baku dengan menanam sendiri, untuk menghindari kesulitan pasokan bahan baku.

Budaya Sosial (Norma Masyarakat/Nilai Kearifan Lokal)

Norma masyarakat yang mempengaruhi usaha terutama adalah rasa kekeluargaan dan sikap saling membantu yang masih cukup tinggi

di lingkungan masyarakat. Namun, dengan adanya pengaruh modernisasi menyebabkan generasi muda lebih memilih bekerja di luar kota, sehingga muncul kekhawatiran tidak ada generasi yang akan melanjutkan industri ini.

Akan tetapi, kesadaran bahwa bahan baku yang digunakan sebagai bahan utama produk kerajinan merupakan sumber daya alam yang khas yang dimiliki oleh masing-masing daerah memberikan kebanggaan tersendiri bagi pelaku usaha maupun masyarakat setempat. Pelaku usaha dan masyarakat berupaya untuk menjaga dan mempertahankan produk kerajinan sebagai identitas yang berasal dari nilai kearifan lokal dan kebanggaan daerah, sehingga usaha untuk dapat meneruskan industri kerajinan ini kepada generasi penerus selanjutnya menjadi penting untuk terus digiatkan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Minniti (2005) yang menyatakan bahwa interaksi sosial pelaku usaha di lingkungan lokal akan mengurangi ambiguitas dan ketidakpastian tentang praktik kewirausahaan dan proses usaha baru. Mekanisme tersebut memperlihatkan bagaimana budaya wirausaha lokal, apa pun sumbernya, membiakkan wirausaha baru, yang pada gilirannya membantu mempertahankan budaya dari waktu ke waktu. Faktanya, eksternalitas jejaring sosial lokal dalam kewirausahaan, terlepas dari apakah itu berkaitan dengan informasi, pengetahuan, efek status, atau kepercayaan diri, menunjukkan bahwa kewirausahaan semakin menguat dari waktu ke waktu (Andersson & Henrekson, 2014).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi aktor dan faktor pada ekosistem kewirausahaan industri kreatif di Wilayah Priangan Timur dapat disimpulkan bahwa element aktor terdiri Pelaku Usaha (Pelaku Usaha Industri kreatif dan Pengrajin), Pemerintah /Institusi Kabupaten/Kota (Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Industri dan Perdagangan, Dinas Pariwisata, Dinas Tenaga Kerja dan Dinas Pendidikan), Profesional (Universitas: UNPAD, ITB, IPB, UNSIL, UNIGAL, UNIGA dan UIN), Perbankan (BRI, BJB dan MANDIRI), Pasar

(Konsumen bisnis, Distributor dan Konsumen akhir) dan Masyarakat Sosial (Masyarakat Sekitar:, Keluarga, Tetangga/Ibu Rumah Tangga, Remaja pengangguran, Remaja putus sekolah dan Santri). Aktor yang paling berperan adalah aktor masyarakat sosial (masyarakat sekitar) karena berperan sebagai sumber daya manusia bagi yang diberdayakan baik sebagai karyawan maupun pengrajin yang dinilai paling berpengaruh dan sulit untuk didapatkan.

Adapun untuk elemen faktor terdiri informasi (ide, saran dan nasihat), pengetahuan (kognitif dan pengalaman), layanan pendukung (pelatihan), kapabilitas kewirausahaan (talent/kepemimpinan/pola pikir/perilaku/ kemampuan manajemen) dan budaya sosial (norma masyarakat/nilai kearifan lokal). Faktor layanan pendukung merupakan faktor yang tidak sesuai dengan model yang digunakan pada penelitian ini karena hanya memiliki pelatihan saja, sementara faktor pendampingan, konsultasi dan *coaching* tidak ditemukan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan terutama kepada pihak pemerintah daerah, sebaiknya bersama masyarakat sosial (sebagai aktor yang paling berperan dalam ekosistem kewirausahaan industri kreatif di Wilayah Priangan Timur), membangun suasana yang kondusif untuk Priangan Timur agar dapat menjadi daerah tujuan wisata dengan mendesain konsep tertentu sesuai keunggulan industri kreatif masing-masing daerah wilayah industri agar nyaman dan menarik wisatawan, serta mempromosikan industri kreatif dengan cara memanfaatkan media sosial dan *word of the mouth* sebagai upaya agar keunggulan industri kreatif di daerahnya dapat lebih dikenal secara luas. Pemerintah daerah setempat, pelaku usaha dan masyarakat sosial juga dapat berkolaborasi membentuk komunitas industri yang dapat menjadi solusi untuk membantu memperkuat jaringan kerjasama antar aktor agar dapat meningkatkan semangat dan pola pikir kewirausahaan yang dapat mendorong dinamika ekosistem kewirausahaan untuk lebih berkembang dan berkelanjutan.

Selain itu, pemerintah daerah setempat juga disarankan untuk memperhatikan dan

meningkatkan faktor layanan pendukung, terutama faktor pendampingan, konsultasi dan *coaching* yang masih belum ditemukan pada ekosistem kewirausahaan industri kreatif di wilayah Priangan Timur, dengan cara mendesain program kegiatan yang terencana, terintegrasi dan tepat sasaran melalui kolaborasi dengan sesama dinas pemerintah terkait, profesional (akademisi, incubator bisnis, konsultan dan lembaga pelatihan swasta), perbankan (pendanaan modal usaha) dan pelaku usaha industri kreatif dengan membuat program akselerasi peningkatan kemampuan kewirausahaan pelaku usaha industri kreatif di Wilayah Priangan Timur untuk meningkatkan *sustainability* industri melalui proses pendampingan, konsultasi dan *coaching* secara berkelanjutan terkait modernisasi manajemen usaha, inovasi produk, strategi pemasaran online, standarisasi produk dan HAKI.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan perspektif sistem dinamika untuk menggambarkan hubungan kausal antar aktor dan faktor yang terlibat dalam ekosistem kewirausahaan. Hubungan kausal yang dihasilkan akan mampu membantu menemukan faktor pengungkit yang dapat meningkatkan ketahanan, kesehatan dan daya saing ekosistem kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaltonen, A. (2016). Factors Shaping Entrepreneurial Ecosystems and the Rise of Entrepreneurship. *A View from Top Management Journals. Demos Helsinki Associate*.
- Acs, Zoltan, Erkko Autio & László Szerb. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement Issues and Policy Implications. *Research Policy*, 43, 3 (2014): 476-494).
- Acs, Z.J., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2017). Institutions, entrepreneurship and growth: the role of national entrepreneurial ecosystems. papers.ssrn.com
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1979). The culture industry (abridged), in J. Curran et al., (eds), *Mass Communication and Society*. Edward Arnold, London.
- Alvedalen, J., & Boschma, R. (2017). A critical review of entrepreneurial ecosystems research: Towards a future research agenda. *European Planning Studies*, 25(6), 887-903
- Andersson, Martin & Henrekson, Magnu. (2014). Local Competitiveness Fostered through Local Institutions for Entrepreneurship. *IFN Working Paper, No. 1020*, Research Institute of Industrial Economics (IFN), Stockholm.
- Acs., ZJ, Stam, E., Audretsch, DB, & O'Connor, A. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Bus Econ*, 49, 1–10 (2017).
- Audretsch, David B. & Iñaki Peña-Legazkue. (2012). Entrepreneurial Activity and Regional Competitiveness: An Introduction to the Special Issue. *Small Business Economics*, 39, 3 (2012): 531-537.
- Audretsch, D.B., & Feldman, M.P. (1996). R&D spillovers and the geography of innovation. *American Economic Review* 86, 630-640.
- Auerswald, P.E. (2015). *Enabling entrepreneurial ecosystems: Insights from ecology to inform effective entrepreneurship policy*. Kauffman Foundation Research Series on city, metro, and regional entrepreneurship.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Res Policy*, 43(7), 1097-1108.
- Bappeda Jabar. (2015). Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar Kab.Garut 2015. <http://perwakilan.jabarprov.go.id>. Diakses 20 Januari 2018
- bappeda.jabarprov.go.id/wpcontent/uploads/2017/05/RKPD-2018-.pdf. Diakses 20 Januari 2018
- Bathelt, M., & Maskell. (2011). Temporary clusters and knowledge creation: The effects of international trade fairs,

- Conventions and other professional gatherings. *SPACES*, 2004-04.
- Bekraf. (2017). Creative economic agency creative economy outlook. <http://www.bekraf.go.id/berita/page/12/badan-ekonomi-kreatif-creative-economy-outlook-2017-conference>. Diakses 15 Januari 2018
- Bell, S.J., Tracey, P., & Heide, J.B. (2009). The organization of regional clusters. *Academy of Management Review*, 34(4), 623-42.
- Bird, B., Schjoedt, L., & Baum, J.R. (2012). Editor's introduction. entrepreneurs' behavior: Elucidation and Measurement. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 889-913.
- Bonardo, D., Paleari, S., & Vismara, S. (2010). The M&A dynamics of European science-based entrepreneurial firms. *Journal of Technology Transfer*, 35, 141-180.
- Brugha, R. (2000). Stakeholder analysis: A review. *Health Policy and Planning*, 15(3), 239-246.
- Brush, C., Corbett, A., & Strimaitis, J. (2015). The heart of entrepreneurship practice at Babson College: The Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship. In *Evolving entrepreneurial education: Innovation in the Babson classroom* (pp. 427-442). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Casper, S. (2007). *Creating Silicon Valley in Europe. Public policy towards new technology industries*. Oxford: Oxford University Press.
- Carayannis E.G & Campbell D.F.J. (2011). Open Innovation Diplomacy and a 21st Century Fractal Research, Education and Innovation (FREIE) Ecosystem: Building on the Quadruple and Quintuple Helix Innovation Concepts and the 'Mode 3' Knowledge Production System. *J Knowl Econ*, 2:327-372.
- Clarysse, B., et al. (2014). Creating Value In Ecosystems: Crossing The Chasm Between Knowledge and Business Ecosystems. *Research Policy*, Vol. 43 No. 7, pp.1164-1176.
- Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15, 1-14.
- Department for Culture, Media and Sport (DCMS). (2010). December 2011 Creative Industries Economic Estimates (Experimental), DCMS.
- Diego Gazaro, A., Aurora Zen, C., & Vitor Schmidt, K. (2017). Entrepreneurship Ecosystems and the Stimulus to the Creation of Innovative Business: A Case in the App Industry in Brazil. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 8(5).
- Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal Deputi Bidang Otonomi Daerah dan Pengembangan Regional BAPPENAS, Diakses 28 Januari 2018
- Eliasson, G. (2001). Industrial policy, competence blocs and the role of science in economic development. *Capitalism and Democracy in the 21st Century*, 223-247.
- Feld, B. (2012). *Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City*. John Wiley and Sons, Hoboken, NJ.
- Feldman, M.P. (2001). The entrepreneurial event revisited: firm formation in a regional context. *Industrial and corporate change*, 10(4), 861-891.
- Foster G., et al. (2013). *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics*, Geneva: World Economic Forum.
- Fritsch, Michael., & Michael, W. (2012). The role of a regional entrepreneurship culture: Evidence and Consequences. In Pontus Braunerhjelm, ed. *Entrepreneurship, Norms and the Business Cycle: The Swedish Economic Forum Report 2012*. Stockholm: Swedish Economic Forum.
- Guerrero, M., Urbano, D., & Fayolle, A. (2014). Entrepreneurial activity and regional competitiveness: Evidence from European entrepreneurial universities. *The Journal of Technology Transfer*, 41(1), 105-131.
- Hesmondhalgh, David., & Pratt, A.C. (2005). Cultural industries and cultural policy.

- International journal of cultural policy*, 11(1), 1-14.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people money make from ideas*. London: Allen Lane.
- Hülsbeck, M., Lehmann, E. E., & Starnecker, A. (2013). Performance of technology transfer offices in Germany. *The Journal of Technology Transfer*, 38(3), 199–215.
- Huggins, R., & Williams, N. (2011). Entrepreneurship and regional competitiveness: The role and progression of policy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(9-10), 907-932.
- Inga, E., Elina, G., & Vladimir. (2017). Impact of stakeholder groups on development of a regional entrepreneurial ecosystem. *European Planning Studies*, 25:5, 755-771
- Isenberg, D.J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88 (6), 40-50.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: Principles for cultivating entrepreneurship. *Babson Entrepreneurship Ecosystem*, Babson College, Babson Park: MA.
- Jennen, T., Rigby, C., & Allum, J. (2016). Stakeholder Engagement in the creation of an entrepreneurial ecosystem. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 12(1), 3.
- Johansson, D. (2009). The theory of the experimentally organized economy and competence blocs: An introduction. *Journal of Evolutionary Economics*, 20(2), 185-201.
- Johnstone, H., & Lionais, D. (2004). Depleted communities and community business entrepreneurship: Revaluing space through place. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(3), 217-233.
- Kantis, H.D., & Federico, J.S. (2012). *Entrepreneurial ecosystems in Latin America: The role of policies*. Liverpool: International Research and Policy Roundtable (Kauffman Foundation).
- Kim H., Choi M., Jeon B., & Kim H. (2016). A Study on the Big Data Business Model for the Entrepreneurial Ecosystem of the Creative Economy. In: Park J., Yi G., Jeong Y.S., Shen H. (eds) *Advances in Parallel and Distributed Computing and Ubiquitous Services. Lecture Notes in Electrical Engineering*, vol 368.
- Kirby, D. A., Guerrero, M., & Urbano, D. (2011). The theoretical and empirical side of entrepreneurial universities: An institutional approach. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28, 302–316.
- Kshetri, N. (2014). Developing successful entrepreneurial ecosystems: Lessons from a comparison of an Asian tiger and a Baltic tiger. *Baltic Journal of Management*, 9(3), 330-356.
- László Szerb, Esteban Lafuente, Krisztina Horváth & Balázs Páger. (2019). The relevance of quantity and quality entrepreneurship for regional performance: the moderating role of the entrepreneurial ecosystem. *Regional Studies*, 53:9, 1308-1320.
- Letaifa, S.B., Edvardsson, B., & Tronvoll, B. (2016). The role of social platforms in transforming service ecosystems. *Journal of Business Research*, 69(5), 1933-1938.
- Lehmann, E., Braun, T., & Krispin, S. (2012). Entrepreneurial human capital, complementary assets, and takeover probability. *Journal of Technology Transfer*, 37, 589–608.
- Li, X. (2009). China's regional innovation capacity in transition: An empirical approach. *Research Policy*, 38(2), 338–357.
- Liyanage, C., Elhag, T., Ballal, T., & Li, Q.P. (2009). Knowledge communication and translation - a knowledge transfer model. *Journal of Knowledge Management*, 13(3), 118-131.
- Malecki, E.J. (2011). Connecting local entrepreneurial ecosystems to global innovation networks: Open innovation, double networks and knowledge integration. *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, 14(1), 36-59.

- Maryunani, Salfitrie Roos & Mirzanti, Isti Raafaldini. (2015). The Development of Entrepreneurship in Creative Industries with Reference to Bandung as a Creative City. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 169, 2015 pp. 387 – 394.
- Mason, C & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. *Final Report to OECD*, Paris.
- Miles, Matthew B & Amichael Huberman. (2007). *Qualitative Data Analysis (Terjemahan)*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Minniti, M. (2005). Entrepreneurship and network externalities. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 57, no. 1: 1–27
- Morris, M.H., Neumeyer, X., & Kuratko, D.F. (2015). A portfolio perspective on entrepreneurship and economic development. *Small Business Economics*, 45(4), 713-728.
- Müller K, Rammer, C & Trüby, J. (2009). The role of creative industries in industrial innovation. *Discussion Paper*.
- Nana Mulyana. Potensi Ekonomi Wilayah Priangan Timur. (2017). <http://disperindag.jabarprov.go.id>. Diakses 28 Januari 2018.
- Nambisan, S., & Baron, R.A. (2013). Entrepreneurship in innovation ecosystems: Entrepreneurs' self-regulatory processes and their implications for new venture success. *Entrepreneurship theory and practice*, 37(5), 1071-1097.
- Neck, H.M., Meyer, G.D., Cohen, B., & Corbett, A.C. (2004). An entrepreneurial system view of new venture creation. *Journal of Small Business Management*, 42(2), 190-208.
- Neumeyer, X., & Corbett, A.C. (2017). Entrepreneurial ecosystems: Weak metaphor or genuine concept? The Great Debates in Entrepreneurship. *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*, Vol. 27, pp. 35-45. Emerald Publishing Limited.
- Neumeyer, X., & Santos, S.C. (2018). Sustainable business models, venture typologies, and entrepreneurial ecosystems: A social network perspective. *Journal of Cleaner Production*, 172, 4565-4579.
- North, D. C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge, UK: University Press.
- Parkman, I.D., Holloway, S.S., & Sebastiao, H. (2012). Creative industries: Aligning entrepreneurial orientation and innovation capacity. *Journal of research in marketing and entrepreneurship*, 14(1), 95-114.
- Phan, K. L., Fitzgerald, D. A., Nathan, P. J., Moore, G. J., Uhde, T. W., & Tancer, M. E. (2005). Neural substrates for voluntary suppression of negative affect: a functional magnetic resonance imaging study. *Biological Psychiatry*, 57(3), 210–219.
- Purbasari, R., Wijaya, C., & Rahayu, N. (2018). The Impact of The Entrepreneurial Ecosystem on Regional Competitive Advantage: A Network Theory Perspective. *RJOAS*, 11(83), November 2018.
- Purbasari, R., Wijaya, C., & Rahayu, N. (2020). Most roles actors play in entrepreneurial ecosystem: A network theory perspective. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(2).
- R. Purbasari, C Wijaya., R, Ning., & M, Erna. (2018). Pemetaan UMKM Industri Kreatif Di Wilayah Priangan Timur: Identifikasi Keunggulan Daya Saing Lokal. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 1-11.
- R. Purbasari, C. Wijaya & N. Rahayu. (2019). Interaction of Actors and Factors in Entrepreneurial Ecosystem: Indonesian Creatives Industries. *International Journal of Entrepreneurship*, Volume 23, Special Issue, 2019
- Saxenian, A. (1996). *Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley*

- and route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41 (1), 49-72.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23 (9), 1759-1769.
- Stam, E & Bosma, N. (2015). *Local Policies for High-Growth Firms*. Book Chapter, Mon Mar 30 2015, Newgen.
- Tuty Herawati, Christina L Rudatin & Djuni Akbar. (2014). Potensi Kota Bandung sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Epigram*, Vol.11 No.2 Oktober 2014:95-102
- Van Praag, C.M., & Versloot, P.H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Bus Econ* 29, 351–382 (2007)
- Verheul, I., S. Wennekers, D. Audretsch, & A.R. Thurik. (2001). An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and culture. Tinbergen Institute, *Discussion Paper TI*, 2001-030/3.
- Werker, C., & S. Athreye. (2004). Marshall's disciples: Knowledge and innovation driving regional economic development and growth. *Journal of Evolutionary Economics*, no. 5: 505–23.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-56.
- World Economic Forum (WEF). (2015). *The Global Competitiveness Report*. New York: Oxford University Press
- Xavier, S.R., Kelley, D., Kew, J., Herrington, M., & Vorderwulbecke, A. (2013). *Global entrepreneurship monitor: 2012 global report*. Wellesley, MA: Babson College.
- Zahra, S. A., Wright, M., & Abdelgawad, S. G. (2014). Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International Small Business Journal*, 32(5), 479–500.