

**IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF  
(STUDI TENTANG INDUSTRI KULINER DI KOTA BANDUNG)  
IMPLEMENTATION OF DEVELOPMENT CREATIVE ECONOMY (STUDY OF  
CULINARY INDUSTRY IN BANDUNG CITY)**

Rieka Rahma Alawiyah<sup>1</sup> Arnia Fajarwati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi Ilmu Pemerintahan, Universitas Langlangbuana

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum maksimalnya kebijakan pengembangan ekonomi kreatif (studi tentang industri kuliner di Kota Bandung). Untuk menganalisis masalah penelitian ini digunakan pendekatan teori implementasi kebijakan dari George C. Edward III dalam (Subarsono, 2011: 90-92) yang terdiri dari 4 dimensi yang mempengaruhi implementasi kebijakan antara lain: Komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan sumber data yang diperoleh melalui sumber primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini adalah aparat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dan para Pelaku ekonomi kreatif/ masyarakat. Berdasarkan hasil analisis dan uji keabsahan data yang dilakukan, diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif belum maksimal.

**Kata Kunci:** Implementasi, Ekonomi Kreatif, Kuliner

**ABSTRACT**

*This research is motivated by the not yet maximal policy of developing the creative economy (study of the culinary industry in the city of Bandung). To analyze this research problem, George C. Edward III's theoretical approach to policy implementation (Subarsono, 2011: 90-92) is used which consists of 4 dimensions that influence policy implementation, among others: Communication, resources, disposition and bureaucratic structure. The method used in this research is descriptive method with a qualitative approach, with data sources obtained through primary and secondary sources. Data collection techniques with interviews, observation and documentation. Informants in this study were officials from the Bandung City Culture and Tourism Office and creative economy actors/community. Based on the results of the analysis and testing of the validity of the data, the results of the research show that the implementation of creative economy development policies (study of the culinary industry in Bandung) has not been maximized.*

**Keywords:** Implementation, Creative Economy, Culinary

**1. PENDAHULUAN**

Ekonomi kreatif merupakan sektor baru dibidang perekonomian dengan memiliki sebuah konsep pemahaman yang baru dengan mengkombinasikan informasi dan kreativitas yang mengandalkan ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia yang menjadi faktor utamanya.

Faktor utama dalam melaksanakan ekonomi kreatif, maka perlu diselenggarakan sebuah pengembangan dalam bidang sumber daya manusia dengan tujuan untuk meningkatkan daya atau kualitas sumber daya manusia itu sendiri, selain itu juga sangat diperlukan untuk

mengukur tingkat keberhasilan dari pembangunan.

Menilai tingginya potensi ekonomi kreatif yang telah berkembang dan dikembangkan oleh kota Bandung, hal tersebut tentunya perlu dilakukan sebuah upaya untuk memberdayakan subsektor industri kreatif yang berada di kota Bandung untuk dapat berkontribusi secara positif terhadap peningkatan bidang ekonomi kreatif khususnya bidang kuliner. Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menerapkan ekonomi kreatif dengan dibantu oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang terus berupaya untuk mengembangkan ekonomi kreatif dengan program- program kegiatan serta pengembangannya seperti restoran, rumah makan, kafe, pujasera dan usaha kuliner lainnya dengan memanfaatkan peluang pada bidang kuliner ini

Saat ini di Kota Bandung secara keseluruhan terdapat 1668 pelaku industri kreatif yang terbagi kedalam beberapa subsektor bidang ekonomi kreatif. Melihat dari pelaku industri kreatif di Kota Bandung yang cukup besar jumlahnya, maka secara potensi, industri kreatif ini diharapkan dapat berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dimana ekonomi kreatif mendorong

penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan penerimaan ekspor sehingga dapat berdampak pada peningkatan pendapatan asli daerah secara langsung maupun tidak langsung. Menanggapi hal tersebut, Pemerintah telah menyediakan wadah untuk menunjang pengembangan ekonomi kreatif untuk memaksimalkan potensi sumber daya manusia kreatif dan inovatif di daerah Jawa Barat salah satunya kota Bandung sebagaimana pada Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2017 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Pasal 3 dengan tujuan mendorong peningkatan daya saing dan kreativitas serta berfungsi untuk mensejahterakan masyarakat Jawa Barat khususnya Kota Bandung.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sentral bagi para pelaku penggiat usaha dibidang kuliner, ekonomi kreatif juga memiliki fungsi untuk memasarkan dan mengubah suatu prodak untuk menjadi magnet tersendiri bagi penikmatnya. Dimana dalam cara kerja ekonomi kreatif itu sendiri diharuskan para penggiat dibidang kuliner mampu memiliki kemampuan dan memahami teknologi, kebutuhan dan trend saat ini. Namun, tidak semuanya para penggiat kuliner

mampu mengoperasikan teknologi berbasis digital pemasaran karena dalam tahapan ini para penggiat kuliner harus mengeluarkan anggaran yang lebih serta terlatih dalam memahami digital pemasaran. Kota Bandung termasuk kedalam kategori Kota yang memiliki berbagai jenis kuliner, sehingga dalam persaingan untuk menjual produknya sangat tinggi dan kompetitif. Tidak semuanya para pelaku usaha dibidang kuliner mendapatkan bantuan dari pemerintah daerah Kota Bandung untuk memfasilitasi mulai dari pelatihan dan anggaran. Hal ini membuat sebagian pelaku dibidang kuliner kalah bersaing dengan para pelaku usaha kuliner lainnya yang telah di fasilitasi oleh pelaksana kebijakan program ekonomi kreatif.

Adapun Klasifikasi kategori kuliner ekonomi kreatif di Kota Bandung belum sepenuhnya tepat sasaran para pelaksana hanya memfasilitasi dan mensosialisasikan kepada pelaku kuliner tertentu. Padahal fakta dilapangan saat peneliti melakukan observasi di sejumlah kawasan kuliner di Kota Bandung tidak sepenuhnya para pelaku usaha kuliner mengetahui tentang adanya kebijakan pengembangan ekonomi kreatif. Disisi lain pembinaan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata sebagai

pelaksana kebijakan ekonomi kreatif tidak melakukan inspeksi secara berkala kepada para pelaku usaha kuliner yang telah dibina. Dengan ditemukannya permasalahan diatas, Adapun indikasi masalah diantaranya:

1. Belum maksimalnya sosialisasi terkait pengembangan ekonomi kreatif yang dilakukan sehingga tidak meluas dan merata kepada sasarannya
2. Tidak adanya kejelasan informasi mengenai aturan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif pada industri kuliner
3. Belum memadainya Sumber daya manusia seperti ketersediaan staf yang kurang sehingga objek sasaran tidak tertampung dengan maksimal
4. Dukungan anggaran pada bidang ekonomi kreatif yang belum maksimal
5. Adanya tanggung jawab para pelaksana kebijakan yang tidak sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku
6. Pembagian tugas yang tidak sesuai dengan kemampuan pelaksana kemampuan terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan nilai jual produk

Untuk menganalisis masalah tersebut penelitian ini, peneliti menghubungkan dengan implementasi kebijakan pemerintah Provinsi Jawa Barat Nomor 15 Tahun 2017 tentang

Pengembangan Ekonomi Kreatif karena didalam kebijakan tersebut disebutkan untuk mendorong mendorong peningkatan daya saing dan kreativitas serta berfungsi untuk mensejahterakan masyarakat Jawa Barat khususnya Kota Bandung, dengan harapan dapat berperan besar dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, dimana ekonomi kreatif mendorong penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan penerimaan ekspor sehingga dapat berdampak pada peningkatan pendapatan asli daerah secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga kebijakan pengembangan ekonomi kreatif ini sangat erat kaitannya dengan permasalahan yang menjadi objek didalam penelitian ini.

Menurut Thomas. R. Dye (dalam bukunya Abidin, 2012:) yang berjudul kebijakan publik menyebutkan kebijakan sebagai pilihan pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu (whatever governments choose to do or not to do). Berdasarkan pengertian seperti itu, maka pusat perhatian dari kebijakan public tidak hanya pada apa yang dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga apa saja yang tidak dilakukan pemerintah. Adapun pendapat mengenai pengertian kebijakan menurut ahli, dikutip oleh M.irfan islami dalam

Prinsip Prinsip Perumusan Kebijaksanaan Negara, yang mengajukan definisi kebijaksanaan (kebijakan) antara lain:

a. James E. Anderson “Serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang pelaku atau sekelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah tertentu”.

b. Harold D. Lasswell dan Abraham Kaplan Kebijaksanaan (kebijakan) adalah “a projected program of goals, values and practices” (suatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dan praktek- praktek yang terarah).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Implementasi Kebijakan

Menurut (Wahab Abdul Solihin, 2008: 65) yang berjudul Analisis Kebijaksanaan dari formulasi ke implementasi kebijaksanaan negara, dalam mempelajari masalah implementasi kebijakan berarti berusaha untuk memahami “apa yang sebenarnya terjadi sesudah suatu program diberlakukan atau dirumuskan, yakni peristiwa- peristiwa dan kegiatan-kegiatan yang terjadi setelah proses pengesahan/legislasi kebijakan public, baik itu menyangkut usaha- usaha

untuk mengadministrasikan maupun usaha-usaha untuk memberikan dampak tertentu pada masyarakat ataupun peristiwa-peristiwa.

### **2.3 Implementasi Kebijakan Pemerintah**

Implementasi kebijakan adalah tahap pembuatan kebijakan antara pemebentukan kebijakan dan konsekuensi-konsekuensi kebijakan bagi masyarakat yang dipengaruhinya. Proses implementasi kebijakan baru dimulai apabila tujuan-tujuan dan sasaran telah ditetapkan, program kegiatan telah disusun serta dana telah siap dan telah disalurkan untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut. Beberapa ahli mengatakan bahwa proses implementasi kebijakan lebih penting dari seluruh kegiatan proses kebijakan (Wahab, 1990:45). Dalam proses implementasi kebijakan sekurang-kurangnya terdapat tiga unsur yang mutlak harus ada, yaitu:

- a. Adanya program atau kebijakan yang dilaksanakan;
- b. Kelompok target, yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut;

- c. Adanya pelaksana (implementor), baik organisasi atau perorangan yang bertanggungjawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses implementasi kebijakan Menurut Edward III (dalam Subarsono 2011: 90-92) berpandangan bahwa implementasi kebijakan dipengaruhi oleh empat Variabel, antara lain: Komunikasi, sumber daya, disposisi dan sruktur birokrasi yang secara simultan berinteraksi satu sama lain untuk membantu atau menghambat implementasi kebijakan pemerintah. Selanjutnya dijelaskan bahwa pendekatan yang ideal.

### **2.4 Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Kementerian Perdagangan Indonesia (2008) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif mengemukakan bahwa Ekonomi kreatif memiliki 16 subsektor yang dapat dikembangkan potensinya, antara lain; Aplikasi & Game, Arsitektur, Desain Interior, Desain Produk, Fashion, Film, Animasi dan Video, Fotografi, Grafik Desain, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, dan Televisi, Radio.

Ada beberapa aspek ekonomi yang dapat diamati oleh kreativitas, yaitu kontribusi terhadap kewirausahaan, pendorong inovasi, peningkatan produktivitas, dan pendorong pertumbuhan ekonomi. Inti utama ekonomi kreatif adalah industri kreatif yang melakukan proses penciptaan melalui penelitian dan pengembangan (research and development). Kekuatan industri kreatif terletak pada riset dan pengembangan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa baru yang bersifat komersial. Ekonomi kreatif merupakan konsep yang sedang berevolusi dan berbasis pada aset-aset yang secara potensial menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Jadi, bisa disimpulkan bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu konsep untuk mengembangkan ide dan talenta dari rakyat

Indonesia untuk dapat menginovasikan dan menciptakan suatu hal. Adapun hal-hal yang menjadikan ekonomi kreatif perlu dikembangkan, menurut Departemen Perdagangan RI antara lain:

1. Memberi kontribusi ekonomi yang semakin nyata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan volume dan nilai ekspor.
2. Menciptakan iklim bisnis yang positif dan kondusif.
3. Dapat memperkuat citra dan identitas bangsa Indonesia.
4. Mendukung pemanfaatan sumber daya yang terbarukan.
5. Merupakan pusat penciptaan inovasi dan pembentukan kreativitas.
6. Memiliki dampak sosial yang positif.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis yang bersifat deskriptif. Metode kualitatif di gunakan karena penelitian ini mengutamakan kualitas analisa dan bukan data – data yang bersifat statistik. Oleh karena itu, menggunakan suatu penjelasan tidak

berupa angka melainkan kata-kata dan dokumentasi. Penelitian kualitatif dilakukan untuk menemukan gambaran yang menyeluruh dan mendalam tentang objek yang diteliti, dengan berangkat dari suatu fenomena yang ada. Dengan metode kualitatif ini maka akan diperoleh data yang lebih tuntas berdasarkan fakta dilapangan sehingga memiliki kredibilitas yang tinggi.

#### 4. PEMBAHASAN

Penelitian tentang Implementasi Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Industri Kuliner di Kota Bandung ini dilakukan karena adanya fenomena-fenomena yang ada dilapangan khususnya pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dan di lingkungan masyarakatnya, yang mana terdapat kendala dalam pelaksanaan

kebijakan pengembangan ekonomi kreatif, diantaranya yaitu masih terdapat pelaku ekonomi kreatif yang belum menguasai ataupun mengikuti perkembangan dan persaingan terkait industri kuliner sehingga banyak yang belum mampu mengembangkan usaha industri kulinernya karena terbatas dalam ide dan kreativitasnya hal tersebut dikarenakan sosialisasi yang belum merata sehingga masih kurang jelasnya informasi

yang didapat terkait aturan kebijakan ekonomi kreatif. Tidak hanya itu, kendala dalam pengembangan ekonomi kreatif khususnya industri kuliner yakni pada biaya produksi untuk meningkatkan kualitas produk maupun memunculkan produk baru.

Dengan dibentuknya suatu kebijakan, merupakan sebuah hal yang konkrit dalam rangka mengimplementasikan suatu harapan dengan terwujudnya masyarakat yang sejahtera dengan mendorong peningkatan daya saing dan kreativitas para pelaku ekonomi kreatif. Implementasi kebijakan ini memiliki peranan yang sangat penting bagi tercapainya tujuan kebijakan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil pengamatan, permasalahan pokok terpenting berkaitan dengan pelaksanaan kebijakan, dalam pengembangan ekonomi kreatif telah tertuang secara rinci meliputi visi, misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung beserta rencana strategis jangka pendek, menengah maupun jangka panjang. Untuk mendukung implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif sesuai dengan peraturan daerah yang ada, maka perlu dilakukan Langkah- Langkah yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata dengan menjalin kejasama dan koordinasi sinkronisasi dengan instansi lain atau pihak yang terlibat lainnya, sehingga tujuan kebijakan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Adapun fungsi ekonomi kreatif menurut Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat No 15 Tahun 2017, sebagai berikut:

- a. Mensejahterakan masyarakat Jawa Barat dan meningkatkan pendapatan daerah
- b. Membuka lapangan kerja baru dan iklim usaha kreatif, kondusif dan berdaya saing global
- c. Memaksimalkan pemberdayaan dan potensi sumber daya manusia kreatif dan inovatif di daerah Jawa Barat, dan
- d. Menstimulasi rencana pembangunan daerah dengan pengarusutamaan ekonomi kreatif

Pemahaman mengenai isi kebijakan diatas agar dapat diketahui oleh seluruh lapisan masyarakat khususnya pelaku ekonomi kreatif maka perlu disosialisasikan secara merata dan meluas. Dengan tujuan agar peraturan tersebut bisa berjalan dengan baik tanpa hambatan. Adanya sosialisasi peraturan yang dilakukan para pelaksana yang sesuai dengan tugas pokoknya dalam hal ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan instansi lainnya. Dalam sosialisasi yang

dilakukan seharusnya secara periodik dan terjadwal, sehingga para pelaku ekonomi kreatif mengetahui isi dan program yang ada didalamnya, tetapi setelah melakukan penelitian dapat dilihat dari pelaksanaannya dikatakan belum berjalan secara maksimal. Selain itu juga, ditemukan kurang memadainya sumber daya manusia dalam pelaksanaan kebijakan dimana masih banyak para petugas pelaksana yang merangkap jabatan, sehingga tidak mampu memaksimalkan tanggung jawab dalam tugasnya masing-masing.

Di dalam pelaksanaan kebijakan dilapangan, maka tidak akan selalu sesuai dengan rencana yang diharapkan. Misalnya, akan selalu ditemukan faktor-faktor baik yang mendukung maupun yang menghambat dalam proses implementasi kebijakan. Berdasarkan hasil penelitian diatas, terdapat beberapa faktor yang mendukung proses implementasi kebijakan, diantaranya:

1. Adanya regulasi kebijakan
2. Adanya komitmen dan konsistensi para aparat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang berkeinginan untuk melaksanakan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bandung

3. Pemerintah Daerah yang memiliki perangkat untuk melaksanakan dan mengembangkan peraturan daerah yang ada

4. Adanya dukungan berupa fasilitasi sarana dan prasarana seperti Gedung BCH (Bandung Creative HUB), Co- Working Space dan fasilitas HKI (Hak Kekayaan Intelektual) yang diberikan untuk mempermudah para pelaku industri kuliner dalam berkolaborasi dengan banak komunitas sehingga mendapat berbagai informasi lebih luas serta mampu memperkuat nilai jual yang berdaya saing. Suatu kebijakan yang dirumuskan terkadang tidak berjalan sesuai dengan apa yang di harapkan. Terdapat beberapa hambatan yang dialami pelaksana, sehingga akan menghambat jalannya implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif pada industri kuliner di Kota Bandung. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan, terdapat beberapa hambatan yang dialami dalam proses implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif khususnya industri kuliner, diantaranya:

1. Keterbatasan SDM dan sumber anggaran, sehingga menyebabkan pelaksanaan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif masih belum optimal karena beberapa anggota struktural yang

merangkap jabatan dan terdapat sumber anggaran yang harus diakomodasikan kepada keperluan yang mendesak terlebih dahulu

2. Sosialisasi yang dilakukan tidak secara luas dan merata , sehingga masih banyak masyarakat yang belum tahu dan paham terkait kebijakan pengembangan ekonomi kreatif.

3. Sulitnya proses pendaftaran pelaku ekonomi kreatif melalui website patrakomala.

Akibat hambatan- hambatan yang terdapat dalam pelaksanaan implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif pada industri kuliner di Kota Bandung maka diperlukan upaya untuk mengatasi hambatan tersebut. Upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mengatasi hambatan diatas adalah sebagai berikut:

- Dalam mewujudkan pengembangan ekonomi kreatif yang baik, cepat dan berkelanjutan diperlukan sebuah kolaborasi dengan berbagai komunitas sehingga mampu menampung banyak informasi,
- Mendorong pengembangan ekonomi kreatif dengan memperluas dan membangun

jejaring ekosistem ekonomi kreatif dengan bantuan dari beberapa sponsorship, sehingga tidak hanya mengandalkan anggaran yang telah ditentukan,

- Dalam pelaksanaan kebijakan yang sudah berlaku maka pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berhubungan dengan Komite Ekonomi Kreatif agar dapat berinteraksi langsung dengan komunitas- komunitas yang ada salah satunya TLE (The Local Enablers) dalam pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti menemukan temuan lain selain faktor komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi yaitu faktor komunikasi antar organisasi terkait dan kegiatan pelaksanaan menurut Van Meter dan Van Horn dalam (Agustino, 2016: 133-136), dimana pada tahap ini koordinasi merupakan mekanisme yang ampuh dalam implementasi kebijakan, yang dimana semakin baik koordinasi komunikasi diantara pihak terlibat dalam proses implementasi maka asumsi kesalahan- kesalahan akan sangat kecil untuk terjadi begitu pun sebaliknya.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan observasi di lapangan yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kebijakan pengembangan ekonomi kreatif merupakan kebijakan dalam rangka mengembangkan dan memanfaatkan potensi ekonomi kreatif yang ada di Kota Bandung secara optimal dengan baik, cepat dan berkelanjutan sebagai tujuan mendorong peningkatan daya saing dan kreativitas pengusaha dan pelaku ekonomi kreatif.

Namun, Implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif ini masih belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan, karena dihadapkan pada berbagai hambatan sehingga dapat dikatakan bahwa kebijakan ini masih belum optimal, dan hal tersebut dapat dilihat melalui ke empat dimensi implementasi kebijakan dengan menggunakan teori Edward III yakni sebagai berikut:

1. Komunikasi dalam pelaksanaan implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif ini dirasa masih kurang, karena dalam parameter sosialisasi belum tersebar secara luas dan merata yang membuat masih banyak masyarakat yang belum mengetahui terkait

- kebijakan pengembangan ekonomi kreatif
2. Sumber daya dalam pelaksanaan implementasi kebijakan juga belum optimal, dimana sumber daya manusianya yang tidak memadai karena terdapat beberapa petugas dengan rangkap jabatan. Kemudian, Pada sumber anggaran dianggap kurang maksimal dikarenakan anggaran yang ada diakomodasikan kepada program yang sudah ada dan subsektor yang diungguli terlebih dahulu sehingga serba kecukupan.
  3. Disposisi dalam pelaksanaan implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif pada industri kuliner ini dikatakan sudah cukup baik, karena para petugas pelaksana memiliki komitmen yang jelas dimana melakukan pelaksanaan kebijakan selalu mengikuti sesuai Standar Operasional Prosedur yang berlaku berdasarkan keputusan Walikota Bandung
  4. Struktur Birokrasi dalam pelaksanaan implementasi kebijakan ini sangat baik, dimana dalam melaksanakan kegiatan implementasi harus membuat

dahulu road map ataupun kajian disertai data yang akurat agar kegiatan terarah dan mampu mencapai tujuan yang terdapat pada rencana tahunan yang telah dibuat.

Adapun upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam hal pengembangan ekonomi kreatif pada industri kuliner di Kota Bandung adalah dengan melakukan kolaborasi dengan berbagai komunitas serta membangun jejaring ekonomi kreatif dengan beberapa sponsorship, tidak lupa juga dengan selalu berhubungan bersama Komite Ekonomi Kreatif agar dapat berinteraksi langsung dengan para pelaku ekonomi kreatif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- . 2008. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025". Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2008.
- . 2016. Dasar- Dasar Kebijakan Publik Van Meter dan Van Horn, h. 133- 136 Bandung: Alfabeta
- . 2014. Kelompok Kerja Desain Power Kementerian. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia. 2010-2014. Jakarta: Sekretariat Negara RI
- Abdul Wahab, Solichin. 2008. Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi ke

- Implementasi Kebijakan  
Negara. Jakarta: Bumi  
Aksara
- Abidin, Said Zainal. 2012. Kebijakan  
Publik. Jakarta: Salemba Humanika
- AG, Subarsono. 2013. Analisis Kebijakan  
Publik Konsep Teori dan Aplikasi.  
Yogyakarta Pustaka Pelajar. Hal 90- 92
- Agustino, Leo. 2006. Dasar- Dasar  
Kebijakan. Grindle, Merilee. 1980.  
Bandung: Alfabeta
- Alexandro Rinto, Uda Tonich & Pane Laba  
Lastaida. 2020. Jurnal Ilmiah Ilmu  
Sosial. Universitas  
Palangkaraya
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian  
Suatu Pendekatan Praktik. Edisi  
Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.  
Althof, dkk.2006
- Hasan, M. Iqbal. 2002. Pokok- Pokok  
Materi Metodologi Penelitian dan  
Aplikasinya. Bogor: Ghalia.  
Indonesia
- Howkins, John. 2001. The Creative  
Economy, How People Make  
Money from Ideas. USA: Penguin  
Group
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1999.  
Departemen Pendidikan Nasional  
Jakarta. Jakarta: Balai Pustaka. h,  
1087
- Mahdi Rizqullah, Rifqi, Rahmat Hidayat &  
Mochamad Faizal Rizki. 2021.  
Implementasi Kebijakan suku  
Dinas Pariwisata dan Ekonomi  
Kreatif. Jurnal Fakultas Ekonomi  
Bisnis, Universitas Singaperbangsa.
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi  
Penelitian Kualitatif. Miles, B  
Mathew dan Michael Huberman.  
Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nazir, Moh. 2005. Metode Penelitian.  
Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nugroho D, Riant. 2016. Kebijakan Publik  
Formulasi, Implementasi  
dan Evaluasi. Soren C. Winter.  
2003. Jakarta: PT Elex Media  
Komputindo
- Nurdin Usman. 2002. Konteks  
Implementasi Berbasis Kurikulum.  
Bandung. CV Sinar Baru
- Pascasuseno, Agus. 2014. Ekonomi  
Kreatif. Susilo Bambang  
Yudhoyono, 2006. Yogyakarta
- Pranadjaja, Muhammad Rohidin. 2003.  
Hubungan Antar Lembaga  
Pemerintahan. Jakarta: PT.  
Gramedia Pustaka
- Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian  
Kuantitatif, Kualitatif dan  
Kombinasi. Bandung: Alfabeta
- Syafiie, Inu Kencana. 2011. Ekologi  
Pemerintahan. Bandung. Pustaka  
Reka Cipta
- United Nations Conference on Trade and  
Development. 2010. Evolving  
Concept Based on  
Creative Assets Potentially  
Generating  
Economic Growth and  
Development.
- Winarno. 2004. Teori dan Proses Kebijakan  
Publik. Yogyakarta: Media  
Pressindo

-  
Republik Indonesia. 2014. Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Jakarta: Sekretariat Negara RI

Provinsi Jawa Barat. 2017. Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2017 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif