

Analisis SWOT dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Banten: Review Potensi, Tantangan, dan Strategi Berbasis *Governance*

Rozikin¹, Kandung Sapto Nugroho²

¹Program Studi Pascasarjana Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten

²FISIP, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

ptronazemhasejahtera1@gmail.com*

*corresponding author

Article Info

Article History

Received:

4 June 2025

Accepted:

18 June 2025

Published:

20 June 2025

Kata Kunci

Ekonomi Kreatif,
Banten, SWOT,
Governance,
Pariwisata.

Keywords

Creative Economy,
Banten, SWOT,
Governance,
Tourism

Abstrak

Ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar pembangunan daerah di Indonesia, termasuk di Provinsi Banten. Potensi besar terdapat pada sektor pariwisata, budaya, dan UMKM yang terus dikembangkan oleh pemerintah daerah melalui kebijakan pembangunan jangka menengah. Namun, pengembangan ekonomi kreatif masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan SDM, kelembagaan, dan akses pasar. Penelitian ini mereview perkembangan ekonomi kreatif di Provinsi Banten dengan mengintegrasikan hasil kajian kebijakan publik, teori ketergantungan, serta praktik inovasi lokal berbasis ekowisata. Melalui analisis SWOT, artikel ini merumuskan strategi pengembangan yang mengedepankan kolaborasi antar-aktor (Penta Helix), peningkatan kapasitas SDM, diversifikasi produk, serta penguatan branding lokal. Hasil kajian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif Banten harus diarahkan pada model yang berkelanjutan, mandiri, dan berorientasi pada kemandirian masyarakat agar tidak terjebak dalam pola ketergantungan ekonomi global.

Abstract Creative economy has become one of the pillars of regional development in Indonesia, including in Banten Province. There is significant potential in the tourism, cultural, and MSME sectors, which are continuously being developed by local governments through medium-term development policies. However, the development of the creative economy still faces various challenges, such as limited human resources, institutions, and market access. This research reviews the development of the creative economy in Banten Province by integrating public policy study results, dependency theory, and local innovation practices based on ecotourism. Through a SWOT analysis, this article formulates development strategies that emphasize collaboration among actors (Penta Helix), increasing human resource capacity, product diversification, and strengthening local branding. The study's results show that the development of the creative economy in Banten must be directed towards sustainable, independent models that are community-oriented to avoid falling into independency patterns global economic.

Pendahuluan

Ekonomi kreatif semakin menjadi motor pertumbuhan baru dalam perekonomian global, terutama di tengah transisi menuju era digital dan masyarakat berbasis pengetahuan. Sektor ini diyakini mampu menyumbang peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), membuka lapangan kerja, serta memperkuat daya saing bangsa melalui inovasi dan kreativitas sumber daya manusia (Howkins, 2013). Di Indonesia, pemerintah telah menempatkan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor strategis dalam pembangunan nasional, sebagaimana tercermin dalam pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang kini terintegrasi dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).

Provinsi Banten memiliki posisi yang strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif karena letaknya yang dekat dengan pusat ekonomi nasional, yaitu Jakarta, serta ditunjang oleh infrastruktur transportasi dan industri yang relatif maju (BPS Banten, 2023). Berbagai subsektor seperti kuliner, kriya, musik, dan aplikasi digital berkembang dengan pesat, didukung oleh potensi demografis yang besar. Namun demikian, masih terdapat sejumlah hambatan dalam optimalisasi potensi tersebut, di antaranya rendahnya akses permodalan, lemahnya ekosistem inovasi, keterbatasan SDM kreatif yang terlatih, serta minimnya tata kelola berbasis governance yang kolaboratif (Setiawan & Hidayat, 2021).

Sejumlah penelitian terdahulu menekankan pentingnya analisis SWOT sebagai kerangka kerja dalam memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan ekonomi kreatif. Misalnya, penelitian oleh Nugroho (2020) menemukan bahwa strategi penguatan ekonomi kreatif di daerah memerlukan sinergi antara aktor pemerintah, komunitas kreatif, dan sektor swasta untuk mengatasi tantangan struktural. Di sisi lain, studi Rachmawati (2022) menekankan bahwa governance menjadi elemen kunci dalam membangun ekosistem yang berkelanjutan, khususnya melalui transparansi kebijakan, partisipasi masyarakat, serta kolaborasi multipihak. Namun, kajian yang secara khusus mengintegrasikan analisis SWOT dengan perspektif governance pada konteks ekonomi kreatif di Provinsi Banten masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Pertama, untuk mengidentifikasi potensi ekonomi kreatif di Provinsi Banten secara komprehensif melalui analisis SWOT. Kedua, untuk menelaah tantangan yang dihadapi baik dari sisi internal

maupun eksternal. Ketiga, untuk merumuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis governance yang dapat dijadikan acuan dalam kebijakan publik daerah. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya literatur mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan komunitas kreatif dalam merancang kebijakan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Tinjauan Pustaka

Ada beberapa konsep utama yang membentuk kerangka teoritis untuk mengembangkan ekonomi kreatif, yang mencakup tata kelola, teori ketergantungan, dan inovasi. Ketiga konsep ini sangat penting untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif.

a. Governance dan Kebijakan Publik

Governance, atau tata kelola, adalah tentang bagaimana keputusan dibuat dan bagaimana kekuasaan digunakan. Dalam konteks ekonomi kreatif, ini bukan hanya tugas pemerintah. Sebaliknya, ini adalah sebuah upaya kolaboratif yang melibatkan banyak pihak. Konsep "Penta Helix" adalah model yang sangat relevan untuk ini. Model ini menyatukan lima aktor utama: pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media.

- a) Pemerintah: Berperan dalam membuat kebijakan yang mendukung, menyediakan insentif, dan menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi kreatif.
- b) Akademisi: Bertugas melakukan penelitian, mengembangkan kurikulum, dan melatih sumber daya manusia (SDM) yang terampil.
- c) Bisnis: Mengembangkan produk dan layanan, berinvestasi, dan menciptakan lapangan kerja.
- d) Komunitas: Menjaga kekayaan budaya lokal, menggerakkan kreativitas dari bawah ke atas, dan menjadi 'laboratorium' bagi ide-ide baru.
- e) Media: Membantu mempromosikan produk dan destinasi kreatif, serta membangun citra lokal atau nasional.

Dengan menggabungkan kekuatan kelima aktor ini, pengembangan ekonomi kreatif bisa lebih holistik dan efektif, jauh dari sekadar inisiatif satu arah dari pemerintah. b. Teori Ketergantungan. Teori ini memperingatkan kita tentang risiko yang bisa muncul ketika ekonomi lokal terlalu bergantung pada pasar global atau kekuatan asing. Para ahli seperti Frank (1966) dan Dos Santos (1970) menjelaskan bahwa ketergantungan ini bisa menghambat kemandirian ekonomi suatu daerah.

Contoh nyata bisa dilihat dari kasus petani tembakau di Jember. Meskipun mereka bekerja keras, dominasi perusahaan asing di sektor tersebut membuat keuntungan yang mereka peroleh tidak sebanding. Mereka menjadi bagian dari rantai produksi global tanpa mendapatkan keuntungan ekonomi yang signifikan. Hal ini menekankan pentingnya membangun ekonomi kreatif yang mandiri dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat, sehingga keuntungan tetap berada di tangan pelaku lokal. c. Inovasi Ekonomi Kreatif

Inovasi adalah jantung dari ekonomi kreatif. Inovasi tidak harus selalu tentang teknologi canggih; ia bisa datang dari kreativitas dan adaptasi masyarakat dalam menghadapi tantangan. Salah satu contoh yang sukses adalah model wisata edukasi berbasis "ecobrick" di Bogor. Inisiatif ini menunjukkan bagaimana kreativitas komunitas bisa mengatasi keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur. Dengan mengubah sampah plastik menjadi "batu bata" ramah lingkungan, mereka tidak hanya menciptakan produk baru tetapi juga menawarkan pengalaman wisata yang unik dan mendidik. Hal ini membuktikan bahwa inovasi lokal dapat menjadi solusi efektif untuk pembangunan yang berkelanjutan

Review Ekonomi Kreatif di Provinsi Banten

Perekonomian kreatif di Provinsi Banten memiliki potensi besar untuk menjadi pilar pembangunan daerah. Sektor pariwisata, budaya, dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menunjukkan potensi yang menjanjikan. Pemerintah Provinsi Banten bahkan telah menunjukkan capaian positif dalam peningkatan pelayanan publik, pemberdayaan masyarakat, dan sektor pariwisata. Namun, perjalanan ini tidaklah mudah. Banten masih menghadapi sejumlah tantangan, termasuk keterbatasan sumber daya manusia (SDM) kreatif, akses pasar global yang belum optimal, infrastruktur digital yang belum merata, dan kelembagaan ekonomi kreatif yang masih perlu diperkuat.

Analisis SWOT: Meninjau Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Untuk memahami lanskap ekonomi kreatif di Banten secara lebih mendalam, kami menggunakan analisis SWOT:

Kekuatan (Strengths): Banten memiliki keunggulan alam dan budaya yang melimpah, seperti keindahan pariwisata alam di Ujung Kulon dan Pantai Anyer, serta kekayaan budaya Baduy. Pemerintah daerah juga menunjukkan dukungan melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Banten. Selain itu, Banten kaya akan beragam produk budaya dan UMKM.

Kelemahan (Weaknesses): Terlepas dari potensi yang ada, Banten masih menghadapi tantangan serius. Keterbatasan SDM kreatif dan kelembagaan menjadi kendala utama. Pemasaran produk secara digital masih minim, dan akses terhadap modal serta investasi masih rendah.

Peluang (Opportunities): Munculnya tren wisata alternatif pasca-pandemi membuka peluang baru bagi Banten. Adanya dukungan dari kebijakan nasional terkait ekonomi kreatif dan desa wisata juga menjadi angin segar. Selain itu, pasar domestik yang besar menawarkan potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Ancaman (Threats): Tantangan eksternal juga patut diwaspadai. Ketergantungan pada pasar global dapat membuat Banten rentan, seperti yang terlihat pada kasus industri tembakau di Jember. Banten juga harus bersaing ketat dengan provinsi lain yang sudah lebih maju di bidang ekonomi kreatif, seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Yogyakarta. Eksploitasi pariwisata yang berlebihan juga menjadi ancaman nyata bagi lingkungan.

Strategi Pengembangan yang Berkelanjutan

Berdasarkan analisis di atas, kami merumuskan sejumlah strategi pengembangan yang dapat memajukan ekonomi kreatif Banten secara berkelanjutan:

- a) Strategi SO (Kekuatan-Peluang): Manfaatkan keunggulan pariwisata dan budaya untuk mengembangkan wisata edukasi yang berakar pada potensi lokal, seperti kearifan lokal suku Baduy atau praktik agribisnis. Integrasikan produk UMKM ke dalam ekosistem pariwisata untuk memberikan pengalaman yang lebih kaya bagi wisatawan.

- b) Strategi WO (Kelemahan-Peluang): Atasi kelemahan SDM dengan menggelar pelatihan kreatif melalui kerja sama dengan perguruan tinggi. Lakukan digitalisasi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga global.
- c) Strategi ST (Kekuatan-Ancaman): Bangun branding ekonomi kreatif Banten yang khas agar mampu bersaing dengan provinsi lain. Ini harus dibarengi dengan penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan untuk menjaga kelestarian lingkungan.
- d) Strategi WT (Kelemahan-Ancaman): Perkuat kelembagaan ekonomi kreatif berbasis komunitas untuk mengurangi ketergantungan pada pasar global. Lakukan diversifikasi produk agar Banten tidak hanya bergantung pada satu sektor saja.

Secara keseluruhan, kunci sukses pengembangan ekonomi kreatif di Banten adalah mengadopsi pendekatan governance adaptif yang melibatkan berbagai pihak, mulai dari pemerintah hingga komunitas. Dengan begitu, ekonomi kreatif dapat menjadi kekuatan pendorong pertumbuhan yang mandiri dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat, tanpa terperangkap dalam pola ketergantungan global

Kesimpulan

Ekonomi kreatif di Provinsi Banten memiliki potensi besar untuk mendorong pembangunan daerah, terutama melalui sektor pariwisata, budaya, dan UMKM. Namun, kelemahan SDM, akses pasar, dan kelembagaan masih menjadi hambatan (Pemerintah Kabupaten Pandeglang, 2023). Dengan analisis SWOT, strategi pengembangan diarahkan pada penguatan kapasitas SDM, kolaborasi multi-aktor, diversifikasi produk, serta branding lokal. Pendekatan governance yang adaptif (Rahardian, 2024) dan berkelanjutan menjadi kunci agar ekonomi kreatif di Banten tidak hanya menjadi penopang pertumbuhan, tetapi juga meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat tanpa terjebak pada pola ketergantungan global (Nugraini & Hikmah, 2025).

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Banten. (2023). Provinsi Banten dalam Angka 2023. BPS Provinsi Banten.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin.
- Kusumawardhani, Y., Simanihuruk, M., Rahardjo, S., & Mayasari, D. (2023). Wisata Edukasi Berbasis Ekonomi Kreatif Ecobrick. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 3(2), 139–145.
- Nugraini, D. P., & Hikmah, F. N. (2025). Tembakau Jember dalam Kerangka Teori Ketergantungan: Dinamika Ekonomi Lokal Kabupaten Jember. *SRODJA: Volume II No. 1* (Januari 2025).
- Nugroho, A. (2020). Strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 11(2), 145–160.
- Pemerintah Kabupaten Pandeglang. (2023). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Pandeglang Tahun 2023*. Pandeglang: Pemkab Pandeglang.
- Rachmawati, D. (2022). Governance dalam penguatan ekosistem ekonomi kreatif di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik Indonesia*, 8(1), 33–47.
- Rahardian, R. (2024). *Teori-Teori Governansi dan Kebijakan Publik Kontemporer*. Jakarta: Penerbit BRIN.
- Setiawan, H., & Hidayat, R. (2021). Tantangan dan peluang ekonomi kreatif di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 12–25.