

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
2.1. Kajian Pustaka.....	10
2.1.1. Industri Kreatif.....	10
2.1.1.1. Pengertian Industri Kreatif.....	10
2.1.1.2. Kelompok Industri Kreatif.....	11
2.1.1.3. Klasifikasi Industri Kreatif.....	14
2.1.2. Rantai Nilai pada Industri Kreatif.....	18
2.1.3. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	28
2.3. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Objek Penelitian.....	35
3.2. Metode Penelitian.....	35
3.3. Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1. Populasi.....	35
3.3.2. Sampel.....	36
3.4. Operasional Variabel.....	36

Silvia Sely Murthy, 2014

*Analisis rantai nilai dan strategi pengembangan industri kreatif di kota bandung dan cimahi.*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.5. Jenis dan Sumber Data.....	37
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7. Instrumen Penelitian.....	38
3.8. Pengujian instrument Penelitian.....	39
3.8.1. Uji Validitas.....	39
3.8.2. Uji Reabilitas.....	41
3.9. Teknik Analisis Data.....	44
3.9.1. Analisis Rantai Nilai.....	44
3.9.2. Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats).....	45
3.9.2.1. IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	45
3.9.2.2. EFAS (External Factors Analysis Summary).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Industri Kreatif di Kota Bandung dan Cimahi.....	50
4.2. Rantai Nilai Industri Kreatif Kota Bandung dan Cimahi.....	57
4.3. Gambaran Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Industri Kreatif di Kota Bandung dan Cimahi.....	71
4.3.1. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Kota Bandung dan Cimahi.....	71
4.3.1.1. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Substansi Media Kota Bandung.....	71
4.3.1.2. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Substansi Seni Budaya Kota Bandung.....	75
4.3.1.3. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Substansi Desain Kota Bandung.....	79
4.3.1.4. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Substansi Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Bandung.....	83
4.3.1.5. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Substansi Media Kota Cimahi.....	86
4.3.1.6. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Substansi Seni Budaya Kota Cimahi.....	90
4.3.1.7. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Substansi Desain Kota Cimahi.....	94

4.3.1.8. Analisis Internal dan Eksternal Industri Kreatif Substansi Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Cimahi.....	97
4.4. Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kota Bandung dan Cimahi Berdasarkan analisis SWOT.....	101
4.4.1. Strategi Strengths-Opportunities (SO) kelompok industri kreatif substansi dominan media, seni budaya dan desain kota Bandung.....	101
4.4.2. Strategi Weaknesses - Opportunities (WO) kelompok industri kreatif substansi dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.....	103
4.4.3. Strategi Strengths-Threats (ST) kelompok industri kreatif kota Bandung dan Cimahi.....	105
4.4.4. Strategi Weaknesses - Theats (WT) kelompok industri kreatif di Kota Bandung dan Cimahi.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1. Kesimpulan.....	107
5.2. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	110
Lampiran.....	113

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Domestik Bruto Indonesia Tahun 2010-2013 Atas Dasar Harga Berlaku (Milyar Rupiah).....	2
Tabel 1.2 Nilai Tambah Bruto Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2013 Atas Dasar Harga Berlaku (Milyar Rupiah).....	3
Tabel 2.1 Klasifikasi Industri Kreatif Menurut DCMS.....	15
Tabel 2.2 Klasifikasi Industri Kreatif Menurut WIPO.....	15
Tabel 2.3 Studi Empirik Mengenai Industri Kreatif, Rantai Nilai, dan SWOT Analisis.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Penilaian Kondisi Saat Ini.....	39
Tabel 3.3 Penilaian Urgensi Penanganan.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas.....	43
Tabel 3.6 Matriks IFAS.....	46
Tabel 3.7 Matriks EFAS.....	47
Tabel 4.1 Nilai Tambah Bruto 5 Sektor dan Sub Sektor Industri Kreatif Terbesar di Kota Bandung Tahun 2013.....	50
Tabel 4.2 Rantai Nilai Industri Kreatif Substansi Media di Kota Bandung dan Kota Cimahi.....	59
Tabel 4.3 Rantai Nilai Industri Kreatif Substansi Seni Budaya di Kota Bandung dan Kota Cimahi.....	62
Tabel 4.4 Rantai Nilai Industri Kreatif Substansi Desain di Kota Bandung dan Kota Cimahi.....	65
Tabel 4.5 Rantai Nilai Industri Kreatif Substansi IpTek di Kota Bandung dan Kota Cimahi.....	68
Tabel 4.6 IFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Media Kota Bandung.....	71
Tabel 4.7 EFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Media Kota Bandung.....	73
Tabel 4.8 Indeks Posisi Industri Kreatif Substansi Dominan Media Kota Bandung.....	74
Tabel 4.9 IFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Seni Budaya Kota Bandung.....	75
Tabel 4.10 EFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Seni Budaya Kota Bandung.....	77
Tabel 4.11 Indeks Posisi Industri Kreatif Substansi Dominan Seni Budaya Kota Bandung.....	78

Silvia Sely Murthy, 2014

*Analisis rantai nilai dan strategi pengembangan industri kreatif di kota bandung dan cimahi.*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4.12 IFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Desain Kota Bandung...	79
Tabel 4.13 EFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Desain Kota Bandung..	80
Tabel 4.14 Indeks Posisi Industri Kreatif Substansi Dominan Desain Kota Bandung.....	82
Tabel 4.15 IFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Bandung.....	83
Tabel 4.16 EFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Bandung.....	84
Tabel 4.17 Indeks Posisi Industri Kreatif Substansi Dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Bandung.....	85
Tabel 4.18 IFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Media Kota Cimahi.....	86
Tabel 4.19 EFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Media Kota Cimahi....	88
Tabel 4.20 Indeks Posisi Industri Kreatif Substansi Dominan Media Kota Cimahi.....	89
Tabel 4.21 IFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Seni Budaya Kota Cimahi.....	90
Tabel 4.22 EFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Seni Budaya Kota Cimahi.....	92
Tabel 4.23 Indeks Posisi Industri Kreatif Substansi Dominan Seni Budaya Kota Cimahi.....	93
Tabel 4.24 IFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Desain Kota Cimahi.....	94
Tabel 4.25 EFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Desain Kota Cimahi....	95
Tabel 4.26 Indeks Posisi Industri Kreatif Substansi Dominan Desain Kota Cimahi.....	96
Tabel 4.27 IFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Cimahi.....	97
Tabel 4.28 EFAS Industri Kreatif Substansi Dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Cimahi.....	99
Tabel 4.29 Indeks Posisi Industri Kreatif Substansi Dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Cimahi.....	100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Klasifikasi 15 Subsektor Kreatif.....	17
Gambar 2.2 Proses Rantai Nilai.....	18
Gambar 2.3 Rantai Nilai pada Industri Kreaif.....	19
Gambar 2.4 Diagram Analisis SWOT .....	25
Gambar 2.5 Matriks SWOT.....	26
Gambar 3.6 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT.....	48
Gambar 3.2 Matriks SWOT.....	49
Gambar 4.1 Pembagian Kelompok Industri Kreatif Kota Bandung Berdasarkan Substansi Dominan.....	55
Gambar 4.2 Pembagian Kelompok Industri Kreatif Kota Cimahi Berdasarkan Substansi Dominan.....	56
Gambar 4.3 Pembagian Kelompok Industri Kreatif Kota Bandung dan Cimahi Berdasarkan Substansi Dominan.....	57
Gambar 4.4 Rantai Nilai pada Industri Kreatif.....	58
Gambar 4.5 Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Substansi Dominan Media Kota Bandung.....	75
Gambar 4.6 Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Substansi Dominan Seni Budaya Kota Bandung.....	78
Gambar 4.7 Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Substansi Dominan Desain Kota Bandung.....	82
Gambar 4.8 Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Substansi Dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Bandung.....	85
Gambar 4.9 Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Substansi Dominan Media Kota Cimahi.....	89
Gambar 4.10 Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Substansi Dominan Seni Budaya Kota Cimahi.....	93
Gambar 4.11 Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Substansi Dominan Desain Kota Cimahi.....	97
Gambar 4.12 Diagram Analisis SWOT Industri Kreatif Substansi Dominan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kota Cimahi.....	100