

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan bab hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, untuk menjawab rumusan masalah yang diidentifikasi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran umum industri kreatif di kota Bandung dan Cimahi berdasarkan substansi dominannya dibagi kedalam empat substansi yaitu substansi media, seni budaya, desain dan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada substansi dominan media terdapat kelompok industri kreatif Film, Video, dan Fotografi, Televisi & Radio, Musik, Periklanan, juga Penerbitan dan Percetakan. Pada substansi dominan seni budaya terdapat kelompok industri kreatif Kerajinan / *Craft*, Kuliner, juga Pasar Barang Seni dan Pertunjukan Seni. Sedangkan pada substansi dominan desain terdapat kelompok industri kreatif Desain, Fesyen, Arsitektur, dan Clothing/Distro. Terakhir pada substansi dominan ilmu pengetahuan dan teknologi terdapat kelompok industri kreatif *Software/Aplikasi / Information Technology* (IT), Permainan Interaktif/*Game*, Animasi, juga Riset dan Pengembangan.
2. Rantai nilai industri kreatif di kota Bandung dan Cimahi diciptakan melalui empat proses rantai nilai, yaitu kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi. Proses rantai nilai berawal pada proses kreasi, dimana tahapan ini terdapat proses penyaluran ide yang dapat berasal dari pelaku industri kreatif tersebut atau berasal dari klien atau konsumen, menjadi rancangan yang siap produksi. Pada tahapan produksi melibatkan banyak pihak yang dapat berasal dari sesama pelaku industri kreatif atau pun dari industri diluar bidang kreatif. Pada tahap produksi terjadi proses penciptaan produk guna merealisasikan ide melalui berbagai jenis teknis dan sarana. Selanjutnya pada tahap distribusi dilakukan melalui berbagai sarana baik berupa sarana logistic maupun sarana media social dalam

proses pendistribusian produk. Terakhir tahap komersialisasi, tahapan ini tidak bisa diabaikan begitu saja karena tahap ini merupakan ujung tombak agar hasil kreasi yang telah siap di pasarkan dapat menarik minat para konsumen. Proses komerisalisasi yang biasa digunakan adalah pameran bidang kreatif maupun sosialisasi oleh pihak pemerintah.

3. Industri kreatif di kota Bandung dan Cimahi memiliki kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, tiga substansi dominan yaitu, media, seni budaya, dan desain berada pada kuadran satu, sedangkan substansi dominan ilmu pengetahuan dan teknologi berada pada kuadran tiga. Kuadran satu merupakan posisi memiliki kekuatan internal yang cukup baik dan peluang yang cukup menjanjikan. Kekuatan internal yang dimiliki dapat membantu pelaku kelompok indsutri kreatif tersebut merebut peluang yang ada di pasar. Berbeda pada posisi kuadran tiga memiliki peluang yang cukup baik namun, memiliki kelemahan internal yang harus dibenahi atau berada pada posisi kuadran tiga. Pada kondisi ini para pelaku industri kreatif tersebut diharapkan dapat mengatasi kelemahan yang ada pada internal dengan memanfaatkan peluang yang ada di pasar.
4. Strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan industri kreatif di kota Bandung dan Cimahi adalah, untuk substansi dominan media, seni budaya dan desain adalah strategi agresif., sedangkan untuk substansi dominan IpTek menggunakan strategi *turnaround*. Strategi agresif merupakan strategi yang meendukung proses pertumbuhan yang cepat. Strategi *turnaround* merupakan strategi yang dilakukan pada perusahaan yang menghadapi permasalahan yang besar dan melibatkan pihak yang lebih luas, tindakan ini dilakukan karena disadari perusahaan masih mempunyai sumber daya pada bentuk aset dan waktu yang memungkinkan untuk melakukan manuver perbaikan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk tiga Substansi dominan industri kreatif di Kota Bandung dan Cimahi yaitu media, seni budaya dan desain berada pada kuadran satu memiliki kekuatan dan peluang yang tinggi. Strategi real yang dapat dilakukan oleh para pelaku industri kreatif tersebut dengan melakukan berbagai promosi dan perluasan pasar baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
2. Berbeda dengan tiga substansi dominan sebelumnya, untuk substansi dominan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berada pada kuadran tiga. Posisi kuadran tiga menghadapi situasi peluang pasar yang tinggi, tetapi menghadapi kelemahan internal. Strategi real yang dapat dilakukan adalah mengecek kembali masalah internal dan memperbaiki performance perusahaan agar dapat dapat ditingkatkan produktivitasnya.