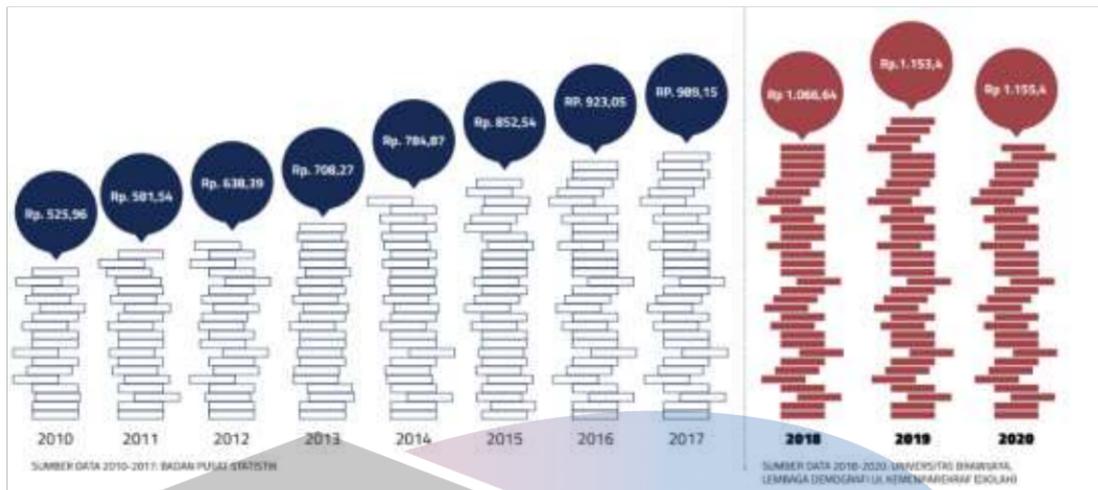


## BAB 1. PENDAHULUAN



Gambar 1. Kontribusi Ekonomi Kreatif pada PDB Indonesia

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020

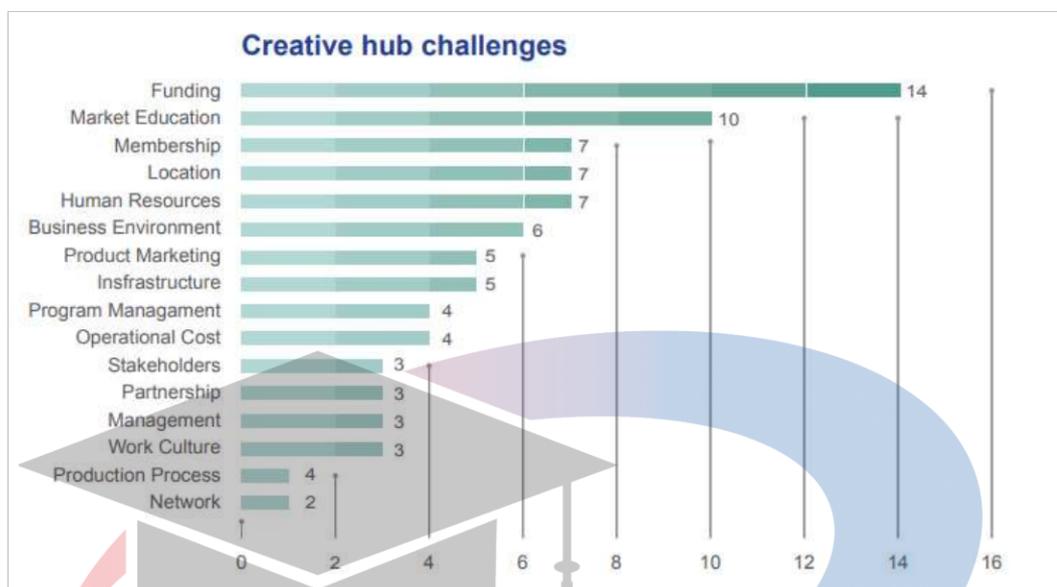
Pemerintah Indonesia dalam upaya meningkatkan produktivitas 17 juta pelaku industri kreatif dengan potensi ekonomi yang mencapai Rp1.155 triliun (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020) menginisiasi pembentukan *Creative Hub* di berbagai daerah.

Menurut British Council, *Creative Hub* adalah ruang dimana individu kreatif dan wirausahawan berkumpul, menandai evolusi baru di sektor budaya (Britishcouncil.id, 2016). Ruang ini tidak hanya tempat mengekspresikan ide dan karya, tetapi juga pusat inovasi yang merangsang kreativitas masyarakat. Menjadi kunci perkembangan ekonomi kreatif Indonesia, potensi *Creative Hub* tentu harus dimaksimalkan (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). *Creative Hub* telah memiliki dasar pengembangan yang kuat sejak masa reformasi, dengan hadirnya Cemeti Art Space sebagai *milestone* pertama pada tahun 1995, hingga saat ini, berkembang mencapai 166 *Creative Hub* yang berfokus terutama di kota-kota besar seperti Jakarta (68), Bandung (22), dan Bali (20) (Siregar and Sudrajat, 2017).

Mengkaji hasil riset publikasi yang berjudul “*Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia*” oleh Fajri Siregar dan Daya Sudrajat dari *Centre for Innovation Policy and Governance*, menjabarkan bahwa masih terdapat beberapa tantangan dan permasalahan yang dihadapi selama pengembangan *Creative Hub*.

Menurut riset tersebut, tantangan utama bagi *Creative Hub* adalah pendanaan, karena menjadi penopang keberlangsungan komunitas mereka. Skema pendanaan yang buruk dapat menimbulkan keraguan dari masyarakat terhadap aktivitas kelompok mereka. Selain itu, tantangan lainnya adalah dalam mendidik pasar dan membangun koneksi untuk memastikan pemahaman masyarakat terhadap peran mereka. Saat ini, mungkin hanya sedikit kelompok yang sepenuhnya memahami peran *Creative Hub* (Siregar and Sudrajat, 2017). Publikasi tersebut telah menjabarkan beberapa hal yang mungkin bisa dijadikan fokus untuk meningkatkan potensi *Creative Hub*: <sup>1)</sup> Pelatihan untuk manajemen *Creative Hub*, <sup>2)</sup> Memfasilitasi

ahli dan mengedukasi mengenai cara manajemen *hub*, serta <sup>3)</sup> Menghubungkan dan mengasosiasi dengan jaringan internasional.



Gambar 2. Tantangan yang Dihadapi *Creative Hub*

Sumber: Siregar and Sudrajat, 2017

Berusaha menjawab tantangan dan mengutip langkah penyelesaian dari hasil riset, maka diusulkan solusi dalam bentuk pengembangan *platform* berbasis *web* yang berfokus pada kolaborasi digital yang diberi nama “**Kolab Aja**” yang bertujuan untuk memfasilitasi kolaborasi tanpa batasan fisik antara *Creative Hub* dan *client* yang berasal dari lokal maupun internasional. *Platform* ini dirancang untuk menghadirkan skema kolaborasi solid dengan adanya dukungan dari *Controller/Project Manager*, dan ahli yang akan memandu proses kerja, sehingga memastikan hasil yang optimal bagi *client*. Tentunya dapat menjadi arus pendapatan baru lewat proyek-proyek kolaborasi antar *Creative Hub*.

Singkatnya, *platform* kolaborasi digital “**Kolab Aja**” bertujuan untuk membangun skema kolaborasi solid antara *Creative Hub* dan *client* melalui peran *Controller/Project Manager*. *Platform* ini mengatasi permasalahan pendanaan dan membangun koneksi lokal maupun internasional, serta memberikan dukungan dalam manajemen, edukasi, dan penguatan *business model* bagi *Creative Hub* melalui *marketplace* dan proyek-proyek berkelanjutan.