

PERAN KADIN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF LOKAL PROVINSI BALI

I Made Aris Darmawan¹, Kadek Julia Mahadewi²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional
e-mail: gussmade26@gmail.com

Abstrak

Industri kreatif di Bali memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, namun menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, teknologi, dan akses pasar global. KADIN berperan strategis dalam mendukung pengembangan industri kreatif melalui advokasi kebijakan, fasilitasi pembiayaan, peningkatan kapasitas SDM, dan promosi produk, yang dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat identitas budaya Bali di kancah global. Tujuan PKL adalah untuk mengidentifikasi kontribusi KADIN dalam mendukung industri kreatif Bali, menganalisis tantangan dan peluang industri kreatif, mengobservasi kegiatan KADIN, menerapkan pengetahuan teori ke praktik nyata, dan mengevaluasi efektivitas program KADIN dalam mendukung pertumbuhan industri kreatif. Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilakukan secara langsung di KADIN Provinsi Bali dari 10 Juni hingga 9 Agustus 2024. Hasil dari penelitian ini adalah peran KADIN sangat penting dalam meningkatkan daya saing industri kreatif di Bali melalui program pelatihan, akses permodalan, pameran, dan promosi, namun kurangnya akses informasi mengenai program dan kebijakan KADIN menjadi hambatan utama. Tantangan utama industri kreatif di Bali meliputi kurangnya akses informasi tentang program KADIN, minimnya akses permodalan, keterbatasan infrastruktur, pengetahuan manajerial yang terbatas, dan kurangnya promosi produk lokal.

Kata Kunci : Daya Saing, Industri Kreatif, KADIN, Perekonomian

Abstract

The creative industry in Bali has great potential to drive economic growth, but faces challenges such as limited capital, technology, and access to global markets. KADIN plays a strategic role in supporting the development of the creative industry through policy advocacy, financing facilitation, increasing human resource capacity, and product promotion, which can increase competitiveness and strengthen Balinese cultural identity on the global stage. The objectives of the PKL are to identify KADIN's contribution in supporting Bali's creative industry, analyze the challenges and opportunities of the creative industry, observe KADIN's activities, apply theoretical knowledge to real practice, and evaluate the effectiveness of KADIN's programs in supporting the growth of the creative industry. The implementation of the Field Work Practice (PKL) was carried out directly at the Bali Provincial KADIN from June 10 to August 9, 2024. The results of this study are that KADIN's role is very important in increasing the competitiveness of the creative industry in Bali through training programs, access to capital, exhibitions, and promotions, but the lack of access to information regarding KADIN's programs and policies is a major obstacle. The main challenges of the creative industry in Bali include lack of access to information about KADIN programs, minimal access to capital, limited infrastructure, limited managerial knowledge, and lack of promotion of local products.

Keywords: Competitiveness, Creative Industry, KADIN, Economy

PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di berbagai daerah, termasuk Provinsi Bali. Bali, yang terkenal dengan kekayaan budaya dan seni, memiliki basis yang kuat untuk mengembangkan industri kreatifnya. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, industri kreatif di Bali masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat daya saingnya, baik di tingkat nasional maupun internasional. Tantangan tersebut antara lain adalah keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, pelatihan, dan pasar global.

Kamar Dagang dan Industri (KADIN) sebagai organisasi yang mewadahi para pelaku usaha di Indonesia, termasuk di Provinsi Bali, memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung pengembangan dan peningkatan daya saing industri kreatif lokal. KADIN dapat berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendidikan untuk menciptakan ekosistem

yang kondusif bagi pertumbuhan industri kreatif. Melalui berbagai program dan inisiatif, KADIN dapat memberikan dukungan dalam bentuk advokasi kebijakan, fasilitasi akses pembiayaan, peningkatan kapasitas SDM, dan promosi produk kreatif Bali ke pasar yang lebih luas.

Advokasi kebijakan oleh KADIN dapat membantu menciptakan regulasi yang mendukung pengembangan industri kreatif, seperti perlindungan hak kekayaan intelektual, insentif pajak, dan kemudahan perizinan. Selain itu, KADIN juga dapat membantu pelaku industri kreatif untuk mendapatkan akses pembiayaan melalui kemitraan dengan lembaga keuangan dan penyedia modal ventura. Peningkatan kapasitas SDM dilakukan melalui pelatihan dan workshop yang mengajarkan keterampilan baru dan penguasaan teknologi terkini. Promosi produk kreatif dapat dilakukan melalui partisipasi dalam pameran, misi dagang, dan kampanye pemasaran digital.

Dengan peran yang strategis ini, KADIN memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing industri kreatif lokal di Bali. Peningkatan daya saing ini tidak hanya berdampak positif pada ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat identitas budaya Bali di kancah global. Oleh karena itu, penting bagi KADIN untuk terus berinovasi dan berkolaborasi dengan berbagai pihak guna menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan industri kreatif di Provinsi Bali.

Tujuan dilaksanakannya Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah untuk mengidentifikasi dan memahami peran serta kontribusi Kamar Dagang dan Industri (KADIN) dalam mendukung industri kreatif di Provinsi Bali. PKL juga bertujuan untuk menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri kreatif lokal serta cara KADIN membantu mengatasi tantangan tersebut. Selain itu, PKL memungkinkan observasi langsung terhadap kegiatan, program, dan inisiatif KADIN untuk meningkatkan daya saing industri kreatif. Praktik ini bertujuan menerapkan pengetahuan dan teori yang telah dipelajari di kelas ke dalam situasi nyata, khususnya dalam konteks industri kreatif dan peran organisasi seperti KADIN, serta mengevaluasi efektivitas program dan kebijakan yang diimplementasikan oleh KADIN dalam mendukung pertumbuhan industri kreatif di Bali.

METODE

Metode pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini adalah metode Pelatihan, di mana penulis akan mendapatkan pengalaman langsung di Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Provinsi Bali, khususnya pada bagian Administrasi dan Keanggotaan. Selama periode PKL dari tanggal 10 Juni hingga 9 Agustus 2024, penulis akan terlibat dalam berbagai kegiatan administratif seperti menerima, mengirim, dan membuat surat, yang memungkinkan penulis memperoleh keterampilan praktis dan pemahaman mendalam mengenai tugas-tugas administratif di lingkungan organisasi tersebut. Pelatihan ini dilakukan secara langsung atau offline, memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar dan beradaptasi dengan prosedur serta sistem yang berlaku di KADIN Provinsi Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tempat penelitian untuk laporan PKL tahun ini adalah sebuah organisasi yang mengelola sektor industri dan perdagangan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri, pengusaha di Indonesia, baik dari sektor usaha negara, koperasi, maupun swasta, diwajibkan untuk membentuk Kamar Dagang dan Industri sebagai wadah untuk pembinaan, komunikasi, informasi, representasi, konsultasi, fasilitasi, dan advokasi. Tujuan dari pembentukan organisasi ini adalah untuk menciptakan dunia usaha yang kuat dan kompetitif di Indonesia dengan memanfaatkan potensi sumber daya nasional secara efektif. Organisasi ini juga berfungsi untuk mengintegrasikan berbagai aspek ekonomi nasional, termasuk sektor, skala usaha, dan daerah, dalam kerangka hukum, etika bisnis, kemanusiaan, dan pelestarian lingkungan, serta mendukung tatanan ekonomi pasar dalam konteks persaingan ekonomi global melalui kekuatan daerah, sektor usaha, dan hubungan internasional.

Lokasi penelitian PKL ini dilaksanakan di Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Bali, yang beralamat di JL. Mawar, No.3, Denpasar, Bali, 80232, Daging Puri Kangin, North Denpasar, Denpasar City, Bali 80236. Pemilihan KADIN Bali sebagai lokasi PKL diharapkan dapat mempermudah penulis dalam menyusun laporan dan melakukan penelitian sehingga hasil yang diperoleh menjadi lebih baik, tepat, dan akurat. KADIN Bali dipilih sebagai tempat penelitian karena merupakan organisasi yang membawahi UMKM di Bali, yang relevan dengan topik penelitian yang diangkat oleh penulis. Beberapa permasalahan daya saing industri kreatif lokal Provinsi Bali yang dianalisis oleh penulis diantaranya, sebagai berikut:

a) Kurangnya Akses Informasi tentang Program dan Kebijakan KADIN

Kurangnya akses informasi tentang program dan kebijakan KADIN merupakan permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif di Bali. Banyak pelaku industri kreatif tidak mengetahui atau tidak memahami inisiatif dan kebijakan yang disediakan oleh KADIN, yang seharusnya dapat membantu mereka dalam meningkatkan daya saing usaha mereka. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan saluran komunikasi dari KADIN, kurangnya promosi tentang program-program yang ada, dan ketidakmerataan distribusi informasi. Akibatnya, pelaku industri kreatif tidak dapat memanfaatkan kesempatan yang ada untuk mendapatkan dukungan teknis, finansial, atau pelatihan yang disediakan oleh KADIN. Masalah ini dapat dikaitkan dengan teori “Communication and Information Theory” yang dikembangkan oleh West & Turner (2017). Teori ini menekankan pentingnya saluran komunikasi yang efektif untuk menyebarkan informasi dan memastikan bahwa audiens menerima pesan yang tepat. Menurut West & Turner, komunikasi yang efektif melibatkan penyampaian informasi yang jelas dan konsisten melalui saluran yang dapat diakses oleh target audiens. Dalam konteks KADIN, teori ini menggarisbawahi perlunya perbaikan dalam strategi komunikasi untuk memastikan bahwa informasi tentang program dan kebijakan KADIN dapat menjangkau pelaku industri kreatif di berbagai wilayah Bali.

West dan Turner (2017) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif melibatkan pengembangan saluran yang tepat, penggunaan media yang sesuai, dan penyampaian pesan yang relevan dengan audiens. Oleh karena itu, KADIN perlu menerapkan strategi komunikasi yang lebih terarah, seperti meningkatkan kehadiran di media sosial, menyelenggarakan webinar, dan membangun kemitraan dengan komunitas lokal untuk menyebarluaskan informasi mengenai program dan kebijakan mereka. Selain itu, teori “Model Komunikasi Transaksional” oleh Barnlund (2008) juga relevan. Barnlund berargumen bahwa komunikasi adalah proses dinamis yang melibatkan interaksi antara pengirim dan penerima pesan. Dalam hal ini, KADIN perlu mengadopsi pendekatan komunikasi yang lebih dialogis, bukan sekadar menyampaikan informasi satu arah, tetapi juga mendengarkan umpan balik dari pelaku industri kreatif dan menyesuaikan strategi komunikasi mereka berdasarkan kebutuhan dan respons audiens.

Untuk mengatasi kurangnya akses informasi mengenai program dan kebijakan KADIN, beberapa langkah strategis dapat diambil. Pertama, KADIN bisa mengembangkan platform digital terintegrasi, seperti website dan aplikasi mobile yang user-friendly dengan fitur notifikasi untuk menyajikan informasi terkini. Selain itu, pemanfaatan media sosial untuk menyebarluaskan informasi secara cepat juga penting. KADIN juga dapat mengadakan sesi informasi dan sosialisasi berkala, seperti seminar atau webinar, serta mendirikan pusat informasi atau helpdesk untuk melayani pertanyaan masyarakat secara langsung. Pendekatan ini, sesuai dengan Teori Diffusion of Innovations oleh Everett Rogers, memastikan penyebaran informasi yang efektif dan peningkatan pemahaman di kalangan pelaku industri kreatif.

b) Minimnya Akses Permodalan untuk Industri Kreatif

Minimnya akses permodalan untuk industri kreatif di Bali adalah salah satu tantangan utama yang menghambat pertumbuhan dan daya saing pelaku industri kreatif. Banyak pelaku industri kreatif menghadapi kesulitan dalam mendapatkan modal yang diperlukan untuk memulai atau mengembangkan usaha mereka. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk persyaratan pinjaman yang ketat, kurangnya pengetahuan tentang opsi pembiayaan alternatif, serta ketidakmampuan untuk memenuhi kriteria kredit yang ditetapkan oleh lembaga keuangan. Sebagian besar pelaku industri kreatif, terutama UMKM, mengalami kesulitan dalam memperoleh akses ke pinjaman perbankan karena kurangnya jaminan, riwayat kredit yang terbatas, dan dokumen yang rumit. Selain itu, mereka sering kali tidak mengetahui tentang program pendanaan non-tradisional seperti crowdfunding, grant, atau venture capital yang dapat membantu mereka dalam mengatasi kendala permodalan.

Permasalahan ini sejalan dengan Teori “Capital Structure” yang dikembangkan oleh Modigliani dan Miller (1958). Dalam teori ini, Modigliani dan Miller menjelaskan bahwa struktur modal suatu perusahaan—termasuk pilihan antara ekuitas dan utang—mempengaruhi nilai dan risiko perusahaan. Dalam konteks industri kreatif, teori ini menunjukkan bahwa kesulitan dalam mengakses berbagai sumber modal (baik utang maupun ekuitas) dapat menghambat pertumbuhan usaha dan pencapaian tujuan bisnis. Mereka berpendapat bahwa akses ke modal yang efektif memerlukan penilaian yang adil dan akses ke berbagai opsi pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Dalam hal ini, KADIN

harus dapat membantu pelaku industri kreatif dalam memahami dan mengakses berbagai sumber permodalan yang tersedia, termasuk penyediaan informasi tentang pinjaman mikro, investor, dan dana hibah.

Minimnya akses permodalan bagi pelaku industri kreatif di Bali dapat diatasi melalui beberapa langkah strategis. Pertama, KADIN dapat meningkatkan keterlibatannya dengan lembaga keuangan dan investor untuk menciptakan skema pembiayaan khusus, seperti program kredit dengan bunga rendah atau tanpa agunan. Selain itu, KADIN bisa memfasilitasi pelatihan tentang manajemen keuangan dan strategi pengelolaan modal, serta mempromosikan alternatif pembiayaan seperti crowdfunding dan angel investors. KADIN juga dapat menyediakan informasi yang jelas mengenai berbagai sumber pendanaan melalui platform informasi dan mengadakan acara networking yang mempertemukan pelaku industri kreatif dengan investor. Pendekatan ini, sesuai dengan Teori Financial Intermediation, bertujuan untuk mengurangi hambatan akses dana dan mendukung pertumbuhan industri kreatif di Bali.

c) Keterbatasan Infrastruktur untuk Industri Kreatif

Keterbatasan infrastruktur untuk industri kreatif di Bali adalah salah satu permasalahan yang signifikan dalam meningkatkan daya saing pelaku industri kreatif. Infrastruktur yang dimaksud meliputi fasilitas fisik seperti ruang kerja, studio kreatif, dan pusat pameran, serta fasilitas pendukung seperti jaringan internet yang stabil, transportasi yang memadai, dan sistem distribusi yang efisien. Banyak pelaku industri kreatif di Bali menghadapi tantangan dalam mengakses fasilitas yang memadai untuk menciptakan dan mempromosikan karya mereka. Keterbatasan ini sering kali menghambat mereka dalam melakukan proses kreatif, memasarkan produk, dan mengembangkan usaha secara efektif. Misalnya, kurangnya ruang studio yang terjangkau dapat membatasi kemampuan artis atau desainer untuk berproduksi, sementara jaringan internet yang lambat dapat menghambat proses desain, pemasaran online, dan komunikasi dengan pelanggan atau mitra bisnis.

Masalah ini sejalan dengan Teori “Infrastructure and Economic Development” oleh Aschauer (1989), yang menjelaskan bahwa infrastruktur yang baik merupakan faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan produktivitas. Aschauer berargumen bahwa investasi dalam infrastruktur—seperti transportasi, telekomunikasi, dan fasilitas publik—berkontribusi secara langsung terhadap efisiensi dan daya saing sektor-sektor ekonomi, termasuk industri kreatif. Dalam konteks ini, keterbatasan infrastruktur seperti ruang kerja yang tidak memadai dan fasilitas internet yang tidak stabil menghambat kemampuan pelaku industri kreatif untuk berinovasi dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Aschauer (1989) menunjukkan bahwa infrastruktur yang memadai dapat meningkatkan produktivitas dengan mengurangi biaya transaksi dan memperbaiki aksesibilitas ke berbagai sumber daya. Untuk industri kreatif, hal ini berarti bahwa penyediaan fasilitas yang memadai dan infrastruktur yang berkualitas dapat membantu pelaku industri dalam menciptakan produk berkualitas tinggi dan mengembangkan jaringan bisnis yang lebih luas.

Keterbatasan infrastruktur menjadi hambatan signifikan bagi perkembangan industri kreatif di Bali. Untuk mengatasi masalah ini, KADIN dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah dan sektor swasta dalam mengembangkan pusat kreatif atau co-working space yang menyediakan fasilitas lengkap seperti ruang kerja bersama, studio produksi, dan peralatan teknologi tinggi. Selain itu, KADIN harus memastikan akses internet yang cepat dan stabil di seluruh Bali, serta mendorong pembangunan infrastruktur digital seperti platform e-commerce dan jaringan distribusi yang efisien. Program pelatihan mengenai penggunaan teknologi dan digitalisasi juga penting untuk meningkatkan keterampilan pelaku industri kreatif. Pendekatan ini, sesuai dengan Teori Infrastruktur dan Pengembangan Ekonomi oleh Aschauer, bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan produktivitas dan efisiensi melalui investasi infrastruktur yang memadai.

d) Minimnya Pengetahuan tentang Pengelolaan Bisnis Kreatif

Minimnya pengetahuan tentang pengelolaan bisnis kreatif merupakan salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif di Bali. Banyak pelaku industri kreatif, terutama yang baru memulai usaha atau yang beroperasi dalam skala kecil, tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang berbagai aspek manajerial yang penting untuk kesuksesan bisnis mereka. Pengetahuan yang kurang ini mencakup berbagai area seperti strategi pemasaran, perencanaan keuangan, manajemen operasional, dan pengembangan produk. Keterbatasan ini sering kali mengakibatkan kegagalan dalam merumuskan strategi bisnis yang efektif, pengelolaan keuangan yang buruk, dan kurangnya kemampuan untuk memasarkan produk secara efektif. Sebagai contoh, pelaku industri kreatif mungkin

tidak memahami cara menyusun rencana bisnis yang solid, mengelola aliran kas dengan baik, atau mengembangkan strategi pemasaran yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Masalah ini dapat dipahami melalui Teori “Entrepreneurial Competencies” yang dikembangkan oleh Boyatzis (1982). Dalam teorinya, Boyatzis menjelaskan bahwa kompetensi manajerial yang efektif sangat penting untuk kesuksesan seorang pengusaha. Kompetensi ini meliputi keterampilan dalam merencanakan, mengorganisir, memimpin, dan mengendalikan berbagai aspek dari usaha bisnis. Boyatzis berargumen bahwa pengusaha yang memiliki kompetensi manajerial yang baik lebih mampu menghadapi tantangan bisnis dan mencapai tujuan mereka. Dalam konteks industri kreatif, kekurangan pengetahuan tentang pengelolaan bisnis berarti pelaku industri mungkin tidak memiliki keterampilan kompetensi yang diperlukan untuk mengelola aspek-aspek penting dari usaha mereka dengan efektif, seperti strategi pemasaran, perencanaan finansial, dan pengelolaan operasional. Boyatzis (1982) menunjukkan bahwa pengembangan kompetensi ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan pendidikan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan bisnis. Oleh karena itu, KADIN dapat mengambil peran penting dalam menyediakan pelatihan yang memadai dan sumber daya edukasi untuk pelaku industri kreatif, dengan fokus pada pengembangan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola bisnis kreatif secara efektif.

Minimnya pengetahuan tentang pengelolaan bisnis kreatif menghambat pertumbuhan industri kreatif di Bali, di mana pelaku sering kekurangan keterampilan manajerial meski memiliki kemampuan artistik yang tinggi. Untuk mengatasi hal ini, KADIN dapat menyediakan program edukasi dan pelatihan komprehensif yang mencakup topik seperti strategi pemasaran digital, manajemen keuangan, pengembangan produk, dan kepatuhan hukum. Pelatihan ini bisa dilakukan melalui workshop, seminar, dan kursus online untuk memastikan akses yang luas. Selain itu, KADIN dapat membentuk kemitraan dengan institusi pendidikan dan profesional bisnis untuk menyediakan materi pelatihan berkualitas dan memperkenalkan program mentoring. Pendekatan ini didukung oleh Teori Pengetahuan dan Pembelajaran Organisasi oleh Argyris dan Schön, yang menekankan pentingnya pembelajaran berkelanjutan dalam meningkatkan kinerja organisasi. Dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajerial, KADIN dapat membantu menciptakan ekosistem bisnis yang lebih solid dan kompetitif di Bali.

e) Kurangnya Promosi Produk Industri Kreatif Lokal

Kurangnya promosi produk industri kreatif lokal di Bali merupakan salah satu masalah utama yang dihadapi oleh para pelaku industri kreatif dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di pasar. Promosi yang efektif memainkan peran kunci dalam memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih luas, membangun merek, dan mendorong penjualan. Namun, banyak pelaku industri kreatif lokal yang kesulitan dalam merancang strategi promosi yang tepat karena keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan keterampilan dalam pemasaran. Tanpa strategi promosi yang efektif, produk mereka mungkin tidak dikenal oleh konsumen yang lebih luas, yang dapat menghambat pertumbuhan dan pengembangan bisnis. Sebagai contoh, pelaku industri kreatif mungkin tidak memiliki anggaran yang memadai untuk kampanye iklan, tidak tahu bagaimana memanfaatkan media sosial untuk pemasaran, atau tidak memahami cara mengelola brand mereka untuk menarik pelanggan.

Masalah ini dapat dijelaskan melalui Teori “Marketing Mix” yang dikembangkan oleh Kotler dan Armstrong (2018). Dalam teorinya, Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa promosi adalah salah satu elemen penting dari marketing mix yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Teori ini menunjukkan bahwa tanpa strategi promosi yang efektif, produk tidak akan mencapai target pasar dan sulit untuk meningkatkan penjualan. Kotler dan Armstrong menggarisbawahi pentingnya promosi untuk membangun kesadaran merek, mengedukasi konsumen tentang produk, dan menciptakan permintaan. Menurut mereka, promosi yang baik mencakup berbagai aktivitas seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung, yang semuanya dapat membantu memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik produk di pasar. Kotler dan Armstrong (2018) menegaskan bahwa promosi yang efektif melibatkan pembuatan pesan yang menarik, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, dan penggunaan anggaran yang efisien untuk mencapai audiens target. Dalam konteks industri kreatif di Bali, banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan potensi penuh dari promosi produk mereka, baik melalui media sosial, kampanye iklan, atau kegiatan promosi lainnya.

Kurangnya promosi produk industri kreatif lokal menjadi tantangan signifikan bagi pelaku usaha di Bali. Untuk mengatasi masalah ini, KADIN dapat menerapkan strategi promosi yang efektif

dan inovatif. Pertama, KADIN dapat bekerja sama dengan pemerintah dan sektor swasta untuk mengadakan pameran dan festival yang menampilkan produk kreatif lokal, seperti Festival “Bali Creative Week,” yang akan meningkatkan visibilitas dan menarik pembeli. Selain itu, pengembangan platform digital khusus, seperti website e-commerce “BaliCreativeMarket.com,” akan mempermudah promosi dan penjualan produk. KADIN juga bisa memanfaatkan media sosial untuk kampanye promosi yang melibatkan influencer lokal dan content creator dengan hashtag seperti #BaliCreativeProducts. Pendekatan ini, sejalan dengan Teori Promosi dan Komunikasi Pemasaran oleh Kotler dan Keller, akan meningkatkan kesadaran dan minat konsumen, membantu produk kreatif lokal mencapai audiens yang lebih luas, serta meningkatkan penjualan dan daya saing di pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa peran KADIN dalam meningkatkan daya saing industri kreatif di Bali sangat penting, namun masih menghadapi beberapa kendala. KADIN memiliki potensi besar untuk mendukung industri kreatif melalui program pelatihan, akses permodalan, pameran, dan promosi. Namun, masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya akses informasi tentang program dan kebijakan KADIN, yang menunjukkan perlunya perbaikan dalam strategi komunikasi untuk memastikan informasi tersebut dapat diakses dengan mudah oleh pelaku industri kreatif. Selain itu, minimnya akses permodalan, keterbatasan infrastruktur, pengetahuan yang terbatas tentang pengelolaan bisnis kreatif, dan kurangnya promosi produk lokal menjadi tantangan utama yang harus diatasi untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing industri kreatif di Bali.

SARAN

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus pada evaluasi mendalam mengenai dampak konkret dari program dan kebijakan KADIN terhadap industri kreatif di Bali. Penelitian dapat mencakup analisis kuantitatif dan kualitatif mengenai efektivitas program pelatihan, skema permodalan, dan inisiatif promosi dalam meningkatkan daya saing pelaku industri kreatif. Selain itu, penelitian juga bisa mengeksplorasi pengalaman langsung pelaku industri dengan berbagai fasilitas dan dukungan yang diberikan, serta melakukan studi perbandingan dengan daerah lain yang memiliki program serupa. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh dan rekomendasi yang lebih spesifik untuk meningkatkan dukungan KADIN dalam pengembangan industri kreatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Provinsi Bali atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan pengetahuan yang sangat berharga selama proses PKL. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua staf KADIN yang telah dengan sabar dan tulus membagikan pengalaman serta wawasan mereka, yang telah memperkaya pemahaman saya tentang peran dan kontribusi KADIN dalam mendukung industri kreatif. Dukungan dan bimbingan tersebut sangat membantu dalam mencapai tujuan PKL dan memberikan pengalaman yang berharga untuk pengembangan profesional kami di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aschauer, D. A. (1989). Is public expenditure productive? *Journal of Monetary Economics*, 23(2), 177-200. [https://doi.org/10.1016/0304-3932\(89\)90047-0](https://doi.org/10.1016/0304-3932(89)90047-0)
- Barnlund, D. C. (2008). A transactional model of communication. In J. M. Adair, R. G. O'Donnell, & S. A. Reddick (Eds.), *Communication theory and research* (pp. 55-66). Routledge.
- Boyatzis, R. E. (1982). *The competent manager: A model for effective performance*. John Wiley & Sons.
- Damodaran, A. (2012). *Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset*. Wiley.
- Dewi, N. W. P. N., & Suparna, G. (2017). *Peran inovasi dalam memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing industri Kain Endek* (Doctoral dissertation, Udayana University).

- Fitriati, R. (2015). Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif: Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft Systems Methodology. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gitman, L. J. (2006). Principles of Managerial Finance. Pearson Education.
- Hapsari, R. I., Adhisuwignjo, S., Alia, N., Perdana, F. A., Kusmintarti, A., & Melani, E. (2024). Collaboration between Vocational Higher Education and UMKM towards National Empowerment. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 365-374.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). Pearson.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The cost of capital, corporation finance, and the theory of investment. *American Economic Review*, 48(3), 261-297.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.
- West, R., & Turner, L. H. (2017). Introducing communication theory: Analysis and application (4th ed.). Sage Publications.