



LAPORAN AKHIR

Kajian Identifikasi dan
Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis
Masyarakat Lokasi
Kabupaten Gresik
di Kawasan Gresik Kota



2022



KATA PENGANTAR

Ekonomi Kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Pemerintah Kabupaten Gresik menyadari pentingnya ekonomi kreatif dengan membentuk bidang yang menangani ekonomi kreatif dengan membentuk bidang yang menangani ekonomi kreatif dalam Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kebudayaan, Kepemudaan, dan olahraga sesuai Perda nomor 8 tahun 2021.

Ekonomi kreatif diteliti dalam kajian ini adalah ekonomi kreatif di bidang kuliner, seni kerajinan, seni pertunjukan, dan arsitektur. Dalam perkembangannya, ekonomi kreatif dapat membantu pariwisata berkelanjutan baik dari aspek ekonomi, aspek social-budaya, dan aspek lingkungannya Kabupaten Gresik memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia.

Dokumen ini merupakan laporan akhir yang menjadi tahapan akhir dalam penyusunan laporan kajian dan identifikasi. Dokumen ini secara keseluruhan akan mengidentifikasi, menggambarkan profil, dan menggambarkan pemetaan ekonomi kreatif usaha mikro kecil dan menengah di wilayah Gresik kota.

Kami berharap agar semua pihak terkait dapat mendukung itikad baik dari Pemerintah Kabupaten Gresik untuk dapat mengembangkan ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Gresik di Kawasan Gresik Kota yang berbasis masyarakat lokal. Semoga hasil dari kajian identifikasi ini nantinya dapat menjadi dasar untuk penentuan kebijakan pengembangan di Kabupaten Gresik serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 4 Mei 2022



DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 MAKSUD DAN TUJUAN	2
1.3 DASAR HUKUM	2
BAB II LANDASAN LIRETARUR	4
2.1 PENGERTIAN EKONOMI KREATIF	4
2.3 MANFAAT SEKTOR EKONOMI KREATIF	10
2.4 KEBIAJAKAN EKONOMI KREATIF DI LUAR NEGERI	4
2.4.1. Kebijakan Ekonomi Kreatif Jepang (<i>Cool Japan</i>)	4
2.4.2. Industri Kreatif Korea (<i>Korean Wave</i>)	5
2.5 KEBIJAKAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA	7
2.6 KEBIJAKAN EKONOMI KREATIF DI PROVINSI/KOTA	9
2.6.1 Kebijakan Ekonomi Kreatif di Riau	9
2.5.2 kebijakan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Karanganyar	10
2.5.3 Kebijakan Ekonomi Kreatif di Provinsi Nusa Tenggara Barat	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 RANCANGAN PENELITIAN	22
3.1.1 Desain Penelitian	22
3.1.2 Informasi Yang Dikumpulkan	27
3.2 METODE SAMPLING	28
3.3 PENGUMPULAN DATA DAN PENYUSUNAN LAPORAN	29
BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	31
4.1 PERKEMBANGAN MAKRO EKONOMI GLOBAL DAN NASIONAL	31
4.2 PERKEMBANGAN MAKRO EKONOMI PROVINSI JAWA TIMUR	33
4.3 PERKEMBANGAN MAKRO EKONOMI KABUPATEN GRESIK	34
4.4 PERKEMBANGAN SEKTOR EKONOMI KREATIF NASIONAL	38
4.5 PERKEMBANGAN SEKTOR EKONOMI KREATIF JAWA TIMUR	40



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

BAB V ANALISA EKONOMI KREATIF KABUPATEN GRESIK.....	43
5.1 PROFILE EKONOMI KREATIF KABUPATEN GRESIK KOTA	43
5.2 INFORMASI KEGIATAN USAHA EKONOMI KREATIF	49
5.3 NILAI EKONOMI USAHA EKONOMI KREATIF	52
5.4 KEMITRAAN USAHA EKONOMI KREATIF	58
5.5 KENDALA DAN KEBUTUHAN PELATIHAN.....	59
5.6 HARAPAN PENGUSAHA KEDEPAN.....	62
5.7 RENCANA PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KAWASAN GRESIK KOTA.....	64
5.7.1 Strategi dan Arah Kebijakan Bidang Sumber Daya Manusia	64
5.7.2 Strategi dan Arah Kebijakan Bidang Kelembangaan	65
5.7.3 Strategi dan Arah Kebijakan Bidang Produksi Ekonomi Kreatif.....	66
5.7.4 Indikasi Program dan Kegiatan	66
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1 KESIMPULAN	70
6.2 SARAN KEBIJAKAN	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN I. FOTO LAPANGAN	73
LAMPIRAN II. KUISIONER	76



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Arah Kebijakan Ekonomi Kreatif di Indonesia	7
Tabel 4. 1	Laju Pertumbuhan PDRB Menurut Lapangan Usaha di Kab. Gresik ..	37
Tabel 5. 1	Rata-rata, Min dan Maximun Pendapatan Wilayah Gresik.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Grafik PDB Ekonomi Kreatif 2010-2020	9
Gambar 4. 1	Pertumbuhan PDB Berdasarkan Lapangan Usaha	32
Gambar 4. 2	Pertumbuhan PDRB Jawa Timur Tahun 2019-2021	34
Gambar 4. 3	Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Gresik 2017 – 2021	Error!
Bookmark not defined.		
Gambar 4. 4	Pertumbuhan Ekonomi Kreatif 2010-2020 ...	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 5	Perbandingan Pertumbuhan Ekraf Dan Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jawa Timur 2014-2020	40
Gambar 4. 6	Share Sektor Ekonomi Kreatif Jawa Timur Tahun 2020	41
Gambar 5. 1	Proporsi Sektor Ekonomi Kreatif Di Wilayah Gresik Kota Kabupaten Gresik 2022.....	43
Gambar 5. 2	Proporsi Sektor Ekonomi Kreatif Di Wilayah Gresik Kota Kabupaten Gresik 2022.....	43
Gambar 5. 3	Proporsi Jenis Kelamin Terhadap Kepemilikan Usaha Ekonomi Kreatif Di Wilayah Gresik Kota Tahun 2022.....	44
Gambar 5. 4	Status Badan Usaha (A) dan Jenis Badan Usaha Usaha Ekraf Di Wilayah Gresik Kota Tahun 2022 (B)	45
Gambar 5. 5	Jenis Badan Usaha Berdasarkan Sektor Ekraf Kawasan Gresik Kota Tahun 2022	47
Gambar 5. 6	Rata-rata Lama Tahun Beroperasi Usaha Ekraf Di Kawasan Gresik Kota Tahun 2022	48
Gambar 5. 7	Pemanfaatan dan Channel Utama Penjualan Internet Usaha Ekraf Di Kawasan Kota Gresik	49
Gambar 5.8	Cakupan Pasar Penjualan Sektor Ekonomi Kreatif Wilayah Gresik Kota Tahun 2022	50
Gambar 5.9	Kepemilikan NIB (A) dan NPWP (B) Usaha Ekraf Kawasan Gresik Kota Tahun 2022	50
Gambar 5.10	Kepemilikan Perusahaan Ekonomi Kreatif.....	51
Gambar 5.11	PDRB Ekonomi Kreatif Per Kecamatan Di Kawasan Gresik Kota Tahun 2021	54
Gambar 5.12	Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Ekraf Di Wilayah Gresik Kota Tahun 2021	55
Gambar 5.13	Proporsi Permodalan Usaha (A) dan Skema Kredit (B) Yang Digunakan Untuk Membiayai Usaha Ekraf	56
Gambar 5.14	Penggunaan Jenis Bank untuk kredit usaha ekonomi kreatif	56
Gambar 5.15	Alasan pengajuan kredit di bank	57
Gambar 5.16	Jumlah Lembaga Kemitraan Yang Bekerja Sama Dengan Pengusaha Ekonomi Kreatif	58
Gambar 5.17	Kendala Usaha Pengusaha Ekonomi Kreatif.....	59
Gambar 5.18	Pengusaha Ekonomi Kreatif yang Membutuhkan Pelatihan	59



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Gambar 5.19	Waktu yang dibutuhkan Untuk Pelatihan	60
Gambar 5.20	Jenis Pelatihan yang dibutuhkan	61
Gambar 5.21	Support Pemerintah yang di Butuhkan	62
Gambar 5.22	Insentif Pajak yang dibutuhkan.....	62
Gambar 5.23	Promosi yang diharapkan	63



BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang ekonomi kreatif bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Pengelolaan ekonomi kreatif dan potensinya perlu dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan berkelanjutan. Melalui pengembangan ekosistem ekonomi kreatif yang memberikan nilai tambah pada produk ekonomi kreatif yang berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum. Pengembangan ekonomi kreatif merupakan salah satu cara untuk bertahan di masa krisis pandemi covid. Pemerintah Kabupaten Gresik menyadari pentingnya ekonomi kreatif dengan membentuk bidang yang menangani ekonomi kreatif dengan membentuk bidang yang menangani ekonomi kreatif dalam Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kebudayaan, Kepemudaan, dan olahraga sesuai Perda nomor 8 tahun 2021. Ekonomi kreatif adalah suatu konsep pengembangan yang menghasilkan suatu produk yang kreatif dan inovatif berbasis kearifan local. Ekonomi kreatif diteliti dalam kajian ini adalah ekonomi kreatif di bidang kuliner, seni kerajinan, seni pertunjukan, dan arsitektur. Dalam perkembangannya, ekonomi kreatif dapat membantu pariwisata berkelanjutan baik dari aspek ekonomi, aspek social-budaya, dan aspek lingkungannya Kabupaten Gresik memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Keberadaan UMKM di Kabupaten Gresik dengan jumlah yang cukup banyak belum teridentifikasi baik tempat dan jenis usahanya. Padahal usaha UMKM yang terdapat di wilayah tersebut merupakan jenis usaha yang dapat memberikan kemanfaatan baik oleh UMKM itu sendiri maupun untuk pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Gresik. Sejalan dengan itu, salah satu peran dan fungsi badan perencanaan pembangunan, penelitian, dan pengembangan daerah Kabupaten Gresik untuk memfasilitasi penelitian.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Oleh karena itu dalam menjalankan peran dan fungsi dari badan perencanaan pembangunan, penelitian dan pengembangan daerah dibuatkanlah kajian pemetaan ekonomi kreatif berbasis UMKM di Gresik kota.

1.2 MAKSUD DAN TUJUAN

Adapaun maksud dan tujuan dari konsultasi pemetaan ekonomi kreatif berbasis UMKM di Gresik Kota, sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi ekonomi kreatif usaha mikro kecil dan menengah di wilayah Gresik kota
- b. Menggabarkan profil ekonomi kreatif usaha mikro kecil dan menengah di wilayah Gresik kota
- c. Menggambarkan pemetaan ekonomi kreatif usaha kecil dan menengah di wilayah Gresik kota

Berdasarkan maksud dan tujuan yang ingin dicapai, maka sasaran yang akan di peroleh adalah:

- a. Tersedianya informasi/identifikasi karakteristik ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota.
- b. Tersedianya sistem pengembangan ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota
- c. Tersedianya acuan pemerintah daerah dalam menentukan kebijakan ekonomi kreatif di Gresik kota.
- d. Tersedianya dasar kegiatan fasilitasi dan pengembangan ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota.

1.3 DASAR HUKUM

1. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.
2. Inpres Nomor 6 tahun 2009 tentang konsep ekonomi kreatif
3. Peraturan Presiden Nomor 6 tahun 2015 tentang badan ekonomi kreatif



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

4. Peraturan Presiden No 142 tahun 2018 tentang rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 (Pasal 25 ayat 6)
5. Peraturan Presiden No 69 tahun 2019 tentang Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Pasal 30 ayat 2).



BAB II

LANDASAN LITERATUR

2.1 PENGERTIAN EKONOMI KREATIF

Ekonomi Kreatif pertama kali diperkenalkan dalam teori yang dikemukakan oleh John Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. John Howkinds mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Menurut teori tersebut, ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang mengabdikan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.

Berdasarkan penuturan dari Valentine Siagian,dkk dalam buku Ekonomi dan Bisnis Indonesia (2020) menuturkan bahwa dalam menghasilkan produk yang kreatif, tidak terbatas pada fisik bahan baku (input), melainkan dibutuhkan daya cipta, daya kreasi dan inovasi seiring perkembangan teknologi yang terus menerus. Ekonomi kreatif memiliki ciri khusus dibandingkan dengan sektor ekonomi lainnya, dilihat dari kreativitas yang digunakan untuk proses yang dilakukan dan produk yang dihasilkan yang mana fokus pada kegiatan.

Mengutip dari Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak sebatas pada karya yang berbasis seni dan budaya, namun juga bisa berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, engineering dan ilmu telekomunikasi. Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasuseno (2014), "ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan". Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.

Ekonomi Kreatif merupakan konsep sektor ekonomi dengan mengusung ide baru dan pengetahuan dikemas secara kreatif serta memanfaatkan konsep kreativitas manusia yang berperan utama dalam proses faktor produksi. Konsep perekonomian ini berupa kreativitas, keahlian, ide dan pengetahuan dari sumber daya manusianya sebagai poin utama kegiatan ekonomi.

Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Tercantum dalam undang-undang tersebut, terdapat empat komponen yang membantu perkembangan dalam ekonomi kreatif, yaitu :

- Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang perseorangan atau kelompok orang warga negara Indonesia atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan Ekonomi Kreatif.
- Ekosistem Ekonomi Kreatif adalah keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai Ekonomi Kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi, yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum.

- Pemerintah Pusat yang selanjutnya disebut Pemerintah adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia yang dibantu oleh Wakil Presiden.
- Pemerintah Daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.

Pemerintah Indonesia melalui Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif telah mengintruksikan pada jajaran pemerintah terkait untuk membuat dan melaksanakan kebijakan-kebijakan yang mendukung berkembangnya ekonomi kreatif.

- (1) periklanan;
- (2) arsitektur;
- (3) pasar seni dan barang antik;
- (4) kerajinan;
- (5) desain;
- (6) fashion (mode);
- (7) film, video, dan fotografi;
- (8) permainan interaktif;
- (9) musik;
- (10) seni pertunjukkan;
- (11) penerbitan dan percetakan;
- (12) layanan komputer dan piranti lunak;
- (13) radio dan televisi;
- (14) riset dan pengembangan serta
- (15) kuliner



2.2 PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF

Perkembangan ekonomi kreatif dimulai sejak terbentuknya kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif pada periode 1983-1988, akan tetapi seiring bertambahnya waktu beberapa kali berganti nama. Pada periode era kepemimpinan Presiden Joko Widodo, membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan tahun 2019 Presiden kembali merubah dan menyatukan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang mana sekarang menjadi di bawah satu kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif.

Di Indonesia instruksi pengembangan ekonomi kreatif dimulai pada tahun 2006 pada masa kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Proses pengembangan ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan *Indonesian Design Power* oleh Departemen Perdagangan untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Pada tahun 2007 dilakukan peluncuran Studi Pemetaan Kontribusi Industri Kreatif Indonesia 2007 pada *Trade Expo Indonesia*.

Pada tahun 2008, dilakukan peluncuran Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 dan Cetak Biru Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia. Selain itu, dilakukan penancangan tahun Indonesia Kreatif 2009. Untuk mewujudkan Indonesia Kreatif, tahun 2009 diadakan Pekan Produk Kreatif dan Pameran Ekonomi Kreatif yang berlangsung setiap tahunnya.

Prioritas pada periode tahun 2009-2014 mencakup 7 kelompok industri kreatif, yaitu Arsitektur, Fesyen, Kerajinan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Periklanan, Permainan Interaktif serta Riset dan Pengembangan. Tekad pemerintah dipertegas dalam pidato Presiden RI di pembukaan Pameran Pekan Budaya Indonesia di Jakarta, yang tengah bersiap-siap menyambut era ekonomi kreatif ini, dimana kepala negara menyebutnya sebagai ekonomi gelombang ke-4.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Saat ini, sub sektor ekonomi kreatif sudah bertambah satu sektor, yaitu sektor kuliner. Total sampai saat ini ada 15 sub-sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pemetaan Industri kreatif di Indonesia ditetapkan berdasarkan studi akademik atas klasifikasi Baku Usaha Industri Indonesia (KBLI) yang diolah dari data Badan Pusat Statistik dan sumber data lainnya seperti komunitas kreatif, lembaga pendidikan dan pelatihan yang dirilis di media elektronik maupun media cetak.

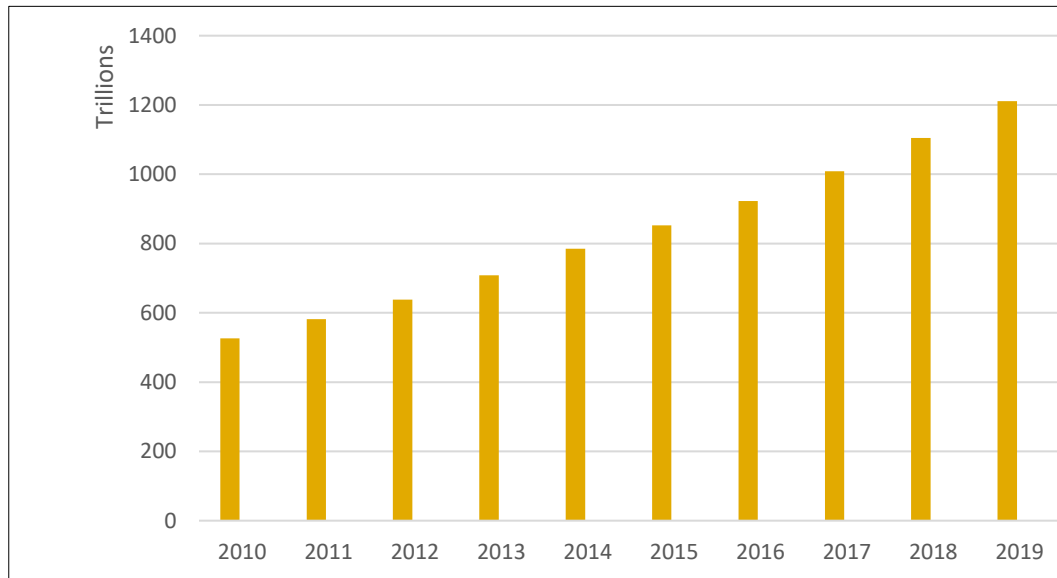
Potensi ekonomi kreatif Indonesia sangat besar dengan beragam jenis produknya, mulai industri kreatif, industri budaya, kuliner dan makanan, maupun produk berbasis teknologi digital. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional cukup tinggi, oleh karena itu, ekonomi kreatif perlu lebih dikembangkan dan didukung perkembangan dan kemajuan.

Hasil riset dari BPS bekerjasama dengan BEKRAF di tahun 2016 menemukan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi kepada ekonomi nasional sebesar 852 triliun atau 7.38% dan menyerap tenaga kerja sebanyak 13.9% (BEKRAF 2017). Namun, perkembangan ekonomi kreatif masih terfokus di pulau jawa dengan konsentrasi sebanyak 65.37%, pulau sumatera 17.94%, Pulau Sulawesi, Maluku dan Papua 6.53%, Pulau Bali dan Nusa Tenggara 5.21% dan diurutan terakhir adalah Pulau Kalimantan sebesar 4.95%. Hasil riset tersebut juga memunculkan 3 sektor ekonomi kreatif yang dominan, yaitu kuliner 43%, Fashion 18% dan Kriya 16%. Berdasarkan data tersebut, pangsa pasar untuk tenaga kerja pada sektor ekonomi kreatif cenderung mengalami peningkatan, hingga pada tahun 2016 mencapai 14.28% (sekitar 14 sampai 15 orang dari 100 orang bekerja pada sektor ekonomi kreatif). Dalam periode yang sama, dari 16 subsektor ekonomi kreatif, subsektor kuliner paling banyak menyerap tenaga kerja, sedangkan subsektor desain paling sedikit menyerap tenaga kerja. Jumlah tenaga kerja pada 3 subsektor ekonomi kreatif tersebut secara nasional mampu



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

menyerap tenaga kerja sebanyak 7,98 juta orang pada subsektor kuliner, 4,13 juta orang pada subsektor fasion, dan 3,72 juta orang pada subsektor kriya.



Sumber : Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf)

Gambar 2. 1 Grafik PDB Ekonomi Kreatif 2010-2020

Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi kreatif (Ekraf) tahun 2016 sudah mencapai Rp922,59 triliun. PDB ini diproyeksikan pada tahun 2017 sudah melampaui Rp1000 triliun, dan meningkat menjadi Rp1.105 triliun pada 2018. Pada 2020, kontribusi sektor ekonomi kreatif diperkirakan akan mencapai Rp1.100 triliun. Sejak tahun 2010, PDB ekraf terus meningkat.

Dalam peraturan perundang-undangan uu nomor 24 tahun 2019 tentang ekonomi kreatif bab I pasal 1, ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Berdasarkan arah kebijakan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia, disusunlah strategi pengembangan yang didasari dengan potensi penggunaan *e-Commerce* Indonesia yang menduduki tingkat tertinggi di dunia.



2.3 MANFAAT SEKTOR EKONOMI KREATIF

Ekonomi kreatif merupakan orde ekonomi baru yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Ekonomi Kreatif diyakini akan mampu menjadi poros ekonomi baru Indonesia di masa mendatang. Hal ini dikarenakan konsep model ekonomi kreatif yang cenderung tidak membutuhkan subsidi maupun investasi masif dari pemerintah, tetapi memiliki dampak besar bagi perekonomian, sehingga dianggap dapat menjadi motor penggerak perekonomian yang membawa perubahan secara masif dan sistematis (Donald 2013).

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dan produktif, kunci sukses ekonomi semakin bergantung pada faktor kreatifitas, inovasi dan keterampilan (Izzati and Wilopo 2018). Dengan adanya penyebaran teknologi manufaktur dan keterampilan menandakan bahwa sebenarnya level produksi barang dan jasa pada dasarnya bergantung kepada fungsi biaya tenaga kerja (Herawati, et al. 2014). Hal ini bisa dilihat dari banyaknya perpindahan industri dan pabrik dimana tenaga kerja murah dan banyak berada. Namun, perkembangan ekonomi di era digital dan inovasi ini telah merubah tatanan baku yang sudah ada, dimana fokus pengembangan sebuah ide, kreatifitas dan inovasi perencanaan menjadi hal utama yang sangat berharga di atas faktor-faktor produksi lainnya (Howkins 2001).

Ekonomi kreatif merupakan salah satu konsep ekonomi yang akhir-akhir ini mulai terdengar luas. Prinsipnya adalah bagaimana industri memenuhi kebutuhan pasar dengan mengutamakan kreativitas dan kecerdasan. Salah satu manfaat ekonomi kreatif adalah membuka ide-ide baru dari segala jenis untuk bersaing dari satu bisnis ke bisnis lainnya. Dalam hal ini, setiap bisnis harus bisa membaca tren pasar dengan cermat untuk beradaptasi dengan penggunaan inovasi.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Pada prinsipnya manfaat ekonomi kreatif untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Faktanya, menurut penelitian dari *Global Talent Competitiveness Index* (GTCI) yang diterbitkan INSEAS, negara-negara dengan jumlah pengusaha dan *entrepreneur* cenderung memiliki kemampuan finansial yang lebih kuat daripada negara-negara dengan jumlah wirausahawan dengan jumlah sedikit. Manfaat yang dapat diambil dari perkembangan ekonomi kreatif saat ini yaitu :

1. Membuka Lapangan Kerja

Dengan berkembangnya suatu usaha di bidang ekonomi kreatif menjadikan usaha tersebut membuka peluang untuk mengembangkan usaha tersebut. Sehingga pengusaha akan membuka lapangan kerja lebih luas dan membuka lowongan pekerja atau membuka lapangan kerja disekitaran lingkungan usaha tersebut.

2. Meningkatkan Sumber Daya Manusia

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan yang membutuhkan kreativitas dari sumber daya manusia yang mampu mengeksplorasi ide dan inovasi yang unik. Jika sebelumnya suatu bisnis hanya menggunakan pola tradisional yang sudah dibangun oleh perusahaan tersebut, maka berbeda dengan ekonomi kreatif yang menggunakan ruang yang luas untuk berkreasi dalam hal produksi maupun promosinya. Agar dapat beradaptasi dengan tren ekonomi kreatif saat ini yang berubah-ubah, maka mau tidak mau usaha tersebut terus menerus untuk meningkatkan kemampuan pekerjaan mereka melalui training dan hal untuk pengembangan sumber daya manusianya.

3. Semakin berinovasi pasar dan usaha

Tidak hanya pasarnya yang lebih luas, manfaat lain dari ekonomi kreatif adalah semakin beragamnya produk di pasar. Perubahan ini menawarkan



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

potensi konsumen yang semakin beragam. Ketersediaan layanan dan produk tertentu akan membantu meningkatkan nilai penjualan badan usaha.

4. Meningkatkan Kualitas Hidup

Dampak positif, seperti peningkatan kualitas hidup, juga terasa ketika fondasi manfaat ekonomi kreatif terintegrasi penuh ke dalam kehidupan masyarakat luas. Tujuan dan manfaat ekonomi kreatif ini juga diyakini secara luas memiliki dampak sosial yang sangat besar.

5. Membangun Citra Dan Identitas Negara Yang Positif

Pada akhirnya, penerapan ekonomi kreatif secara langsung akan meningkatkan identitas dan citra bangsa. Melalui kemampuan inovasi sumber daya manusia, badan usaha yang inovatif, serta pasar yang semakin luas dan kompetitif, suatu negara tampaknya berpeluang untuk berkembang menjadi cikal bakal ekonomi regional dan internasional. Itulah beberapa manfaat ekonomi kreatif bagi perekonomian suatu negara dan masyarakat secara keseluruhan. Selain ekonomi kreatif, literasi finansial juga menjadi faktor penting dalam membangun kesejahteraan masyarakat, salah satunya melalui investasi.



2.4 KEBIAJAKAN EKONOMI KREATIF DI LUAR NEGERI

2.4.1. Kebijakan Ekonomi Kreatif Jepang (*Cool Japan*)

Cool Japan adalah salah satu industri kreatif Jepang yang berfokus pada konten budaya populer seperti *anime*, *manga*, dan *J-Pop*. Momentum munculnya *Cool Japan* saat kondisi eskalasi ekonomi Jepang mengalami *bubble economy* dan memasuki *lost decade* yang pada akhirnya mengharuskan modernisasi dan peningkatan kreativitas SDM dan teknologi. Pada tahun 1990 akhir yang ditandai dengan pecahnya gelembung ekonomi Jepang menjadikan Jepang tidak percaya diri dan menutup diri dari dunia luar. Selain itu, kompetisi yang keras dengan Korea Selatan dalam sektor baja, otomotif, dan industri elektronik, semakin menambah beban Jepang pada saat itu (Kitahara, 1986).

Namun dengan semakin populernya produk budaya Jepang secara internasional, Jepang meluncurkan inisiatif atau strategi *Cool Japan* pada Mei 2003. Istilah *Cool Japan* pada dasarnya merupakan konsep kekuatan lunak Jepang, yang bertujuan untuk menyatukan produk-produk konten budaya yang berasal dari Jepang di bawah satu kebijakan pemerintah.

Pada tahun 2004, reformasi struktural MOFA bersamaan dengan didirikannya Departemen Diplomasi Publik, yang ditujukan untuk meningkatkan imej internasional Jepang menggunakan budaya populer sebagai kekuatan lunaknya.

Cool japan memiliki fungsi sebagai ajang promosi dari Negara Jepang dengan cara memperkenalkan grup idol, "*Morning Musume*" dan "*AKB48*" dijadikan grup idol yang sekaligus menjadi duta perwakilan dari Jepang untuk ke negara-negara tujuan lainnya. Hal tersebut menjadi salah satu usaha dari pemerintahan negara Jepang untuk mempromosikan konten budaya populer yang diciptakan di Jepang (Matsui, 2014).

Tidak jauh berbeda dengan Hello Kitty dan Doraemon yang menjadi duta Osaka dan animasi Jepang. Diplomasi publik Jepang sangat terlihat



selain pada penunjukkan karakter anime sebagai duta besar anime, Pada tahun 2008, Menteri Luar Negeri Jepang Masahiko Takamura mendukung duta anime dan menugaskan duta besar untuk melakukan perjalanan ke negara lain untuk mempromosikan pesan positif. Tunjukkan sisi Jepang melalui anime populer yang sudah lama ada (Matsui, 2014).

Cool Japan merupakan salah satu usaha pemerintah Jepang untuk mempromosikan konten budaya populer yang berasal dari Jepang (Kakiuchi, 2013). Inisiasi ini dimulai pada Juni 2010 dimana METI mendirikan Kantor Promosi Industri Kreatif sebagai sektor strategis *Cool Japan*. Dan pada akhirnya, secara resmi pemerintah Jepang membentuk Komite Promosi Cool Japan pada 26 Februari 2013, bersamaan dengan peluncuran *Cool Japan* sebagai kebijakan pemasaran budaya khas Jepang (Kakiuchi, 2013).

2.4.2. Industri Kreatif Korea (*Korean Wave*)

Akhir tahun 1990-an, perubahan lingkungan politik, ekonomi dan sosial menyebabkan pergeseran pandangan pemerintah terhadap budaya atau industri kreatif. Pemerintah Korea telah menempatkan industri kreatif sebagai inti dari strategi pembangunan ekonominya, meletakkan dasar bagi pengembangan industri kreatif Korea. Setelah krisis keuangan Asia pada tahun 1997, perekonomian Korea tidak bisa lagi mengandalkan kombinasi tenaga kerja murah dan skala ekonomi di bidang manufaktur (Yanti, 2013).

Secara politis, pemerintahan otoriter pemerintahan militer berakhir setelah serangkaian protes pro-demokrasi skala besar pada tahun 1980-an. Secara sosio-kultural, munculnya kelas menengah yang lebih berpendidikan setelah industrialisasi, maka dapat diartikan bahwa konsumen menuntut produk yang lebih canggih dan berkualitas lebih tinggi (Kozhakhmetova, 2012). Peningkatan kualitas SDM dan munculnya Korean Wave Selatan tidak terlepas dari kemajuan teknologinya. Rezim otoriter 1961-1988



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

akhirnya mulai memainkan peran pemerintah sebagai pendukung kemajuan teknologi (Kozhakhmetova, 2012).

Perkembangan teknologi Korea tidak terlepas dari segyehwa atau liberalisasi ekonomi, sosial, politik dan budaya. serta termasuk dengan militer, tenaga kerja, pendidikan, hukum, keuangan dan kesejahteraan. Kebijakan Presiden Kim Young-sam pada tahun 1994 merupakan respon atas kegagalan Korea Selatan di masa lalu dan sebagai bentuk pertahanan terhadap tantangan globalisasi. Setelah pengumuman segyehwa, Presiden Kim Young-sam selanjutnya membentuk Komite Promosi Globalisasi (*Globalization Promotion Committee*), yang merupakan alat pendukung kebijakan yang dibagi menjadi beberapa bagian; Komite Perencanaan Kebijakan, Reformasi Administrasi, Reformasi Pendidikan, Sains dan Teknologi (Kozhakhmetova, 2012).

Kebangkitan Hallyu dapat ditelusuri kembali ke tahun 1997, ketika drama Korea "What Is Love" di tayangkan di televisi Tiongkok yang dikelola pemerintah dan kemudian terkenal, ditambah lagi dengan drama Korea berjudul "Jealousy" drama dari channel televisi MBC Korea yang di impor sebagai produk budaya populer yang dimulai pada tahun 1993 (Kim, 2011) dan sejak itu budaya pop Korea telah meledak di negara-negara Asia sekitarnya dan telah merambah secara signifikan selama beberapa tahun terakhir. Drama Korea atau lebih dikenal dengan K-drama telah memainkan peran utama dalam fenomena Korean Wave. Dan Musik pop Korea yang dikenal dengan sebutan K-Pop, pertama kali terlihat melalui boy band bernama H.O.T. (High Five of Teenagers) SM Entertainment yang didirikan pada tahun 1996. Kemudian pada tahun 2012 dalam pertemuan Nasional Korea Selatan, secara resmi Sekretaris Jenderal PBB Ban Ki-moon menyinggung Korean Wave.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Perkembangan Korean Wave tidak terlepas dari faktor sejarah mempengaruhinya. Perkembangan industri Korea Selatan menjadikan hal ini sebagai titik balik bagi Korea Selatan untuk memperbaiki perekonominya yang rusak. Terbukanya Korea Selatan pada dunia luar mempengaruhi munculnya budaya populer dan mulai berkembang di masyarakat Korea Selatan melalui televisi nasional. Selain perkembangan industri, modernisasi teknologi dan sumber daya manusia merupakan salah satu faktor utama (Kim, 2011). Dalam hal ini, Setelah perkembangan industri dan ekonomi, segyehwa dibahas demi mengetahui kebijakan Korea Selatan dalam menghadapi globalisasi.

2.5 KEBIJAKAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pariwisata dalam mewujudkan visi presiden terpilih tahun 2024 menyusun rencana startegis yang merupakan suatu perencanaan startegis organisasi yang telah disusun sebagai penjabaran atas Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN).

Berikut arah kebijakan ekonomi kreatif di Indonesia :

Tabel 2. 1 Arah Kebijakan Ekonomi Kreatif di Indonesia

No.	Arah Kebijakan	Strategi
1.	Pengembangan destinasi pariwisata dan produk ekonomi kreatif bernilai tambah dan berdaya saing	(a) Mengembangkan produk ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual pada Kawasan Ekonomi Kreatif dan Kluster Penguatan Ekonomi Kreatif, (b) Meningkatkan kesiapan destinasi pariwisata berdasarkan prioritas secara komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan, dan (c) Diversifikasi produk pariwisata yang bernilai tambah tinggi
2.	Pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis kemitraan strategis (strategic partnership)	(a) Pemasaran Pariwisata dan ekonomi kreatif berorientasi hasil dengan fokus pasar potensial, (b) Perluasan pangsa pasar produk ekonomi kreatif,



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

		(c) Meningkatkan citra pariwisata Indonesia berdaya saing, dan (d) Pemanfaatan teknologi dalam mendukung pemasaran pariwisata dan ekonomi kreatif;
3.	Pengembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif terintegrasi	(a) Mengembangkan industri pariwisata dan ekonomi kreatif (13 bidang usaha pariwisata dan 17 sub sektor ekonomi kreatif), (b) Meningkatkan tata kelola pariwisata dan ekonomi kreatif nasional, dan (c) Mendorong peningkatan investasi, pendanaan, dan akses pembiayaan secara merata di industri pariwisata dan ekonomi kreatif;
4.	Pengelolaan SDM dan kelembagaan pariwisata dan ekonomi kreatif dalam mewujudkan SDM yang unggul dan berdaya saing	(a) Optimalisasi kelembagaan maupun kurikulum pendidikan dan pelatihan vokasi pariwisata dan ekonomi kreatif, (b) Meningkatkan sertifikasi kompetensi SDM pariwisata dan ekonomi kreatif, dan (c) Melakukan penguatan komunitas dan kelembagaan pariwisata dan ekonomi kreatif;
5.	Mewujudkan kreativitas anak bangsa dengan berorientasi kepada pergerakan ekonomi kerakyatan	(a) Meningkatkan perlindungan terhadap hasil kreativitas dan kekayaan intelektual, dan (b) Mendorong kreasi dalam menciptakan nilai tambah ekonomi kreatif berbasis budaya dan IPTEK;
6.	Mendorong riset, inovasi, adopsi teknologi, serta kebijakan pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas	(a) Mendorong riset dan inovasi terkait pengembangan destinasi pariwisata dan produk ekonomi kreatif yang berorientasi pada peningkatan nilai tambah dan daya saing, (b) Adopsi teknologi informasi dan komunikasi terkini secara efektif dan efisien, dan (c) Mengelola kebijakan pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis kajian sesuai kebutuhan pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif nasional;
7.	Mewujudkan birokrasi Kemenparekraf/Baparekraf yang profesional	Mengoptimalkan pelaksanaan 8 (delapan) area perubahan Reformasi Birokrasi Kemenparekraf/Baparekraf.

Sumber: Rencana Strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2014



2.6 KEBIJAKAN EKONOMI KREATIF DI PROVINSI/KOTA

2.6.1 Kebijakan Ekonomi Kreatif di Riau

Ekonomi kreatif yang dikembangkan di Riau Upaya untuk mewujudkan visi Riau tersebut adalah dengan melaksanakan "Strategi dan Arah Kebijakan Pembangunan Provinsi Riau" dimana ada dua strategi penting dalam pelestarian nilai-nilai budaya Melayu, yaitu strategi melestarikan nilai-nilai budaya Melayu dan mengembangkan sarana dan prasarana seni dan budaya. Selain itu, ada pula strategi untuk mengembangkan destinasi wisata unggulan dan ekonomi kreatif dengan cara peningkatan sarana dan prasarana objek wisata unggulan serta pengembangan ekonomi kreatif. Dinas ekonomi kreatif provinsi Riau telah berusaha untuk mendukung dan mengembangkan ekonomi kreatif Riau dengan membangun sebuah pusat informasi dan pembinaan ekonomi kreatif Riau sebagai wadah pelatihan dan promosi para pelaku ekonomi kreatif di tiap daerah.

Provinsi Riau selama ini dikenal sebagai daerah yang memiliki potensi sumber daya alam yang besar. Sudah puluhan tahun Riau menikmati manisnya kelimpahan sumber daya alam ini. Namun, semakin berkurangnya potensi sumber daya alam yang ada menuntut masyarakat Riau untuk lebih kreatif dalam mengembangkan perekonomian. Salah satunya dengan mengembangkan ekonomi kreatif. Pengelolaan ekonomi kreatif yang baik tidak saja akan berdampak besar pada pendapatan, penciptaan lapangan kerja serta nilai ekspor. Namun juga berkontribusi penting terhadap kesejahteraan dan pembangunan berkelanjutan. Saat ini ekonomi kreatif di Riau terus berkembang. Salah satu nya di Kota Pekanbaru, sektor industri kreatif banyak dimotori oleh anakmuda. Dimana ide, gagasan, serta semangat berwirausaha mereka berlomba-lomba masuk keceruk bisnis kreatif. Dilakukan secara perseorangan, berkelompok maupun komunitas. Setiap daerah dapat ditemukan banyak



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

komoditas industri kreatif yang diproduksi oleh industri rumahan. Berikut beberapa industri kreatif yang ada di Provinsi Riau :

- a. Kota Pekanbaru terdiri dari Batik Riau; Pembuat Alat Musik Melayu Riau, Kerajinan Rotan Pekanbaru; Melukis ; Antika Cafe dan Resto; Blackpaint Art; Jenawi Oblong Riau ; ShiroCollection; Lotek Buser ; Kerajinan Koran ; Tenun Siak
- b. Kabupaten Bengkalis terdiri dari : Lempuk Durian; Terasi Meskom ; Kesakralan Nafiri ;Dodol Kedondong
- c. Kabupaten Indragiri Hilir terdiri dari : Batik Indragiri Hilir;
- d. Kabupaten Siak terdiri dari : Alat Musik Melayu; Kopi Lemak Mempura
- e. Kabupaten Pelalawan terdiri dari : Pembuat Gendang Suku Petalangan
- f. Kabupaten Rokan Hulu terdiri dari : Cinok House; Pembuatan Gulo Onou
- g. Kabupaten Rokan Hilir terdiri dari : Kacang Pukul
- h. Kabupaten Kampar terdiri dari : Keripik Nenas
- i. Dumai terdiri dari Kerupuk Cabe
- j. Kuantan Singingi terdiri dari Gelamai dan Kue Pia; Peci Nasional
- k. Kepulauan Meranti terdiri dari Kopi Luwak Dari Ceruk Riau; Latifah Café dan Resto; Kue Putu Piring

2.5.2 kebijakan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Karanganyar

Menurut peraturan daerah nomor 2 tahun 2021 tentang pengembangan ekonomi kreatif di kabupaten karanganyar, kebijakan pengembangan ekonomi kreatif sebagai berikut:



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

- Maksud

Maksud penyelenggaraan ekonomi kreatif di daerah adalah untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif yang unik dengan penataan ekonomi kreatif yang melibatkan seluruh sektor baik dari pemerintah daerah, pemerintah desa, dunia usaha dan pelaku ekonomi kreatif.

- Tujuan

Tujuan pengembangan ekonomi kreatif di daerah adalah sebagai berikut:

- Mendorong seluruh aspek ekonomi kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat indonesia, dan perubahan lingkungan perekonomian global;
- Memberikan landasan hukum bagi pemerintah daerah serta masyarakat dalam penyelenggaraan ekonomi kreatif di daerah;
- Mendorong terbentuknya kelembagaan ekonomi kreatif daerah untuk melayani kepentingan pengembangan ekonomi kreatif;
- Mendorong terwujudnya daerah kreatif sebagai daerah yang mampu melayani kepentingan pengembangan ekonomi kreatif, dan memanfaatkan secara penuh aset kreatif, serta menggunakannya sebagai dasar pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial yang berkelanjutan dengan koordinasi seluruh sektor ekonomi kreatif;
- Meningkatkan nilai tambah pada destinasi wisata di daerah;
- Mensejahterakan masyarakat di daerah;
- Meningkatkan pendapatan daerah;
- Membuka lapangan kerja; dan
- Menurunkan angka kemiskinan di daerah.

2.5.3 Kebijakan Ekonomi Kreatif di Provinsi Nusa Tenggara Barat

Menurut peraturan daerah nomor 3 tahun 2020 tentang pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Nusa Tenggara Barat, kebijakan pengembangan ekonomi kreatif sebagai berikut:



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Pembentukan Peraturan Daerah ini bertujuan untuk:

- a. Mendorong peningkatan daya saing dan kreativitas pengusaha dan pelaku ekonomi kreatif;
- b. Mendorong peningkatan daya saing, pertumbuhan, keragaman usaha dan kualitas industri kreatif;
- c. Memberikan landasan hukum bagi pemerintah daerah provinsi dan kabupaten/kota serta masyarakat dalam penyelenggaraan ekonomi kreatif;
- d. Mendorong peningkatan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya budaya bagi industri kreatif secara berkelanjutan;
- e. Mendorong terbentuknya kelembagaan ekonomi kreatif daerah untuk melayani kepentingan pengembangan ekonomi kreatif; dan
- f. Mendorong terwujudnya kota kreatif sebagai kota yang mampu melayani kepentingan pengembangan ekonomi kreatif, dan memanfaatkan secara efektif aset kreatif, serta menggunakannya sebagai dasar pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial yang berkelanjutan.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diberikan gambaran secara menyeluruh mengenai proses penelitian. Metodologi penelitian ini berguna sebagai acuan sehingga penelitian dapat berjalan secara sistematis, sesuai dengan tujuan dan waktu penelitian. Proses penelitian tersebut dimulai dari tahap identifikasi masalah, tahap pengumpulan dan pengolahan data, tahap analisa dan diskusi hingga tahap kesimpulan dan saran.

3.1 RANCANGAN PENELITIAN

3.1.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif atau kuantitatif yang didesain untuk melakukan pengukuran kondisi pelaku usaha ekonomi kreatif menggunakan pendekatan yang telah dipilih untuk ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik. Penelitian kuantitatif adalah metodologi riset yang terstruktur dan bersifat menjelaskan suatu hal yang berdasarkan pada sampel besar yang dapat memberikan wawasan dan pemahaman mengenai *setting* masalah (Maholtra, 2009). Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan metode analisis deskriptif untuk menjelaskan hasil pengukuran kondisi pelaku usaha ekonomi kreatif yang ditunjukkan oleh data keuangan dan pengembangan usaha pada ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian (Sugiyono, 2010).

Lingkup sektoral yang disajikan pada bagian ini mencakup ruang lingkup

dari masing-masing subsektor kegiatan Ekonomi Kreatif. Berdasarkan konsep Ekonomi kreatif yang telah dipublikasikan oleh Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, secara makro perekonomian kreatif diklasifikasikan menjadi 16 subsektor yaitu:



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

1. **Arsitektur** : Ekonomi kreatif yang termasuk subsektor arsitektur antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dan lain-lain;
2. **Desain Interior** : Interior Designer, Interior Architect, Interior Decorator, Furniture Designer, Home Décor Designer, Interior Lighting Designer, Interior Art Program Designer, Exhibition Display Designer, Interior Acoustic Designer, Interior Space Programmer dan Exhibition Designer;
3. **Desain Komunikasi Visual** : Ada tiga kelompok yang termasuk dalam subsektor desain, yaitu desain grafis/desain komunikasi visual, desain industri, dan desain interior. Adapun contoh pelaku dari kegiatan desain komunikasi visual, misalnya: Desainer Grafis, Ilustrator, Kartunis, Desainer Karakter, Desainer Pra-Produksi, Desainer Pasca Produksi, Animator, Desainer Ekshibisi, Digital Artist, Desainer Iklan, Branding Designer, Brandir Consultant, Digital Signage Designer dan Computer Graphic Interactive Designer;
4. **Desain Produk** : Layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik;
5. **Film, Animasi dan Video** : Film, karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi. Animasi, Tampilan frame ke frame dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa. Video, Sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (capture) atau membuat gambar bergerak, yang



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi;

6. Fotografi : Kegiatan kreatif yang terdiri dari fotografi jurnalistik, fotografi komersial, fotografi seni dan fotografi khusus. Fotografi jurnalisti, fotografi yang berkaitan erat dengan wilayah produksi dan konsumsi media cetak dan elektronik. Tujuan utama pewarta foto adalah memotret kejadian dan peristiwa yang sedang terjadi untuk diberitakan kembali melalui media massa;

Fotografi komersial, fotografi yang erat kaitannya dengan para praktisi fotografi profesional. Fotografi ini biasanya berhubungan dengan agen periklanan dan perusahaan-perusahaan. Bentuk lain fotografi komersial adalah fotografi retail, yaitu jasa fotografi yang menyediakan mulai dari konsep pemotretan hingga cetak foto. Pada umumnya fotografi ini memotret orang, baik sendiri maupun bersama-sama, di dalam studio. Fotografi pernikahan dan fotografi peliputan acara juga termasuk ke fotografi retail;

Fotografi seni, Fotografi yang tumbuh dari dorongan ekspresi pribadi sebagai bagian dari seni rupa yang dituangkan ke dalam medium dua dimensi dan membutuhkan daya imajinasi dalam memahami konsepnya seperti layaknya seni Lukis. Fotografi khusus, fotografi yang digunakan secara khusus dalam suatu bidang industri atau ilmu pengetahuan dan teknologi. Contoh fotografi khusus ini, misalnya, astro-photography yang digunakan untuk mengamati benda-benda langit, fotografi ultra-macro yang digunakan untuk mengamati virus atau bakteri yang sangat kecil, fotografi yang digunakan untuk melihat isi organ makhluk hidup, dan lain-lain;

7. Seni Kriya : termasuk dalam kategori ini adalah, Handycraft/mass craft yang diproduksi secara massal. Pelaku dalam kategori ini



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

misalnya perajin (kriyawan) di industri kecil dan menengah (IKM) atau sentra kerajinan. Limited edition craft, yang diproduksi secara terbatas. Pelaku dalam kategori ini misalnya perajin (kriyawan) yang bekerja di studio/bengkel kerajinan (kriya). Individual craft, kerajinan (kriya) yang diproduksi secara satuan (one of a kind). Pelaku dalam kategori ini misalnya: seniman perajin (artist craftman) di studio;

8. Kuliner : Kegiatan kreatif yang terdiri dari kreativitas, estetika, tradisi dan kearifan lokal. Kreativitas yang dimaksud adalah aspek ide baru yang dapat memberikan nilai tambah pada sebuah makanan dan minuman. Kreativitas ini dapat tertuang melalui kreasi resep, kreasi cara pengolahan, dan kreasi cara penyajian. Proses kreativitas tidak harus selalu menghasilkan sesuatu yang 100% baru, namun bisa berupa pengembangan dari sesuatu yang sudah ada sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan lebih menarik di pasar;

Estetika yang dimaksud adalah aspek tampilan dari sebuah makanan dan minuman yang ditata dengan memperhatikan unsur keindahan sehingga menjadikan produk kuliner tersebut memiliki nilai lebih dan mampu menggugah selera konsumen untuk menikmatinya. Contohnya adalah menyajikan masakan tradisional khas suatu daerah menjadi lebih modern;

Tradisi yang dimaksud adalah sesuatu yang telah dilakukan sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat yang berkaitan dengan kebiasaan dalam mengolah dan mengonsumsi makanan dan minuman. Hal yang paling mendasar dari tradisi adalah adanya informasi yang diteruskan dari generasi ke generasi baik tertulis maupun lisan, karena tanpa adanya proses ini, suatu tradisi dapat punah. Unsur tradisi ini sangat penting dalam menjaga warisan budaya kuliner Indonesia;



Kearifan lokal yang dimaksud adalah identitas suatu daerah berupa kebenaran yang telah tertanam dalam suatu daerah. Secara konseptual, kearifan lokal dan keunggulan lokal merupakan kebijaksanaan manusia yang bersandar pada filosofi nilai-nilai, etika, cara-cara, dan perilaku yang melembaga secara tradisional. Berkaitan dengan kuliner, kearifan lokal akan membentuk karakter kuliner suatu daerah yang harus mampu diangkat dan dikenalkan kepada masyarakat luas;

9. Seni Musik : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan musik, reproduksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi music;
10. Fashion : kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen serta distribusi produk fesyen;
11. Aplikasi dan Game Developer : termasuk didalam kegiatan kreatif ini seperti, konsultan teknologi informasi, jasa pengolahan data, pembuat perangkat lunak dan pembuat game;
12. Penerbitan dan Percetakan : Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita;
13. Periklanan : Perusahaan periklanan adalah usaha yang melayani jasa pembuatan, perencanaan, dan penanganan iklan untuk kepentingan klien. Usaha kreatif tersebut ada yang bersifat independen, adapula yang dimiliki oleh perusahaan klien atau pengiklan yang disebut in-house advertising agency;



14. Televisi dan Radio : Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, transmisi televisi dan radio. Televisi dan radio dalam hal ini adalah segenap produk kreasi bahan dan materi siaran radio dan televisi serta usaha penyiarannya kepada masyarakat umum, seperti penyelenggaraan siaran televisi dan radio milik pemerintah/pemerintah daerah maupun swasta;
15. Seni Pertunjukan : Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain, dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan;
16. Seni Rupa : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin, berawal dari proses desain sampai dengan proses penyelesaian produknya, meliputi barang kerajinan yang terbuat dari *batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.*

3.1.2 Informasi Yang Dikumpulkan

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan beberapa informasi terkait yang dibutuhkan untuk menjadi tinjauan penyusunan laporan ini. Informasi yang dibutuhkan penulis adalah data-data yang relevan untuk menjadi pertimbangan penelitian dengan informasi melalui data primer dan sekunder. Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data sekunder dan data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011). Sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang menambah informasi terkait permasalahan yang akan diteliti dengan cara mencatat, mengakses,



atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan (Istijanto, 2009). Data sekunder dapat diperoleh melalui studi literatur pada buku, artikel, catatan, jurnal, maupun informasi dari internet yang berhubungan dengan penelitian.

3.2 METODE SAMPLING

Metode pendataan survei ekonomi kreatif pada kajian ini, menggunakan survei dengan mengambil sampel pada populasi usaha ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Gresik. Ukuran sampel adalah jumlah respons atas survey yang diterima. Sampel ini mengacu pada sub-kelompok kecil yang dianggap mewakili populasi yang lebih besar. Sementara itu, populasi mengacu total atau keseluruhan orang dalam kelompok dengan karakteristik umum yang ingin dipelajari.

Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi ada beberapa hal yang menjadi perhatian. Yang pertama adalah, batas kesalahan (*margin of error*) yang merupakan persentase seberapa besar hasil survei dapat menggambarkan keseluruhan populasi. Semakin kecil *margin of error*, semakin dekat untuk memiliki kesimpulan yang tepat pada tingkat kepercayaan tertentu. Kedua adalah ukuran populasi. Dalam studi ini yang ingin dilihat adalah kondisi usaha ekonomi kreatif di kabupaten Gresik. Namun dikarenakan belum diketahui populasi dari usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive non-probability sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini didasarkan pada 16 sub-sektor ekonomi kreatif yang sudah dijelaskan pada **sub-bab 3.1.1.**



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Dengan tidak diketahuinya jumlah populasi dari usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik, maka untuk menentukan jumlah sampel digunakan *quota* sebanyak 200 usaha ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Gresik yang terdiri dari 16 sub-sektor ekonomi kreatif dengan pembagian secara *purposive*. Dengan jumlah responden sebanyak 200 usaha ekonomi kreatif ini akan didistribusikan ke beberapa kecamatan di Kabupaten Gresik.

3.3 PENGUMPULAN DATA DAN PENYUSUNAN LAPORAN

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrument kuisioner. Kuisioner dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) seksi. Pertama, seksi profil wilayah survei (PS). Kedua, seksi profil usaha ekonomi kreatif (PUE). Ketiga, seksi usaha ekonomi kreatif (UEK). Keempat, seksi kendala inovasi dan kemitraan usaha (KIK). Kelima, seksi harapan pengusaha kedepan (HPK).

Proses pengumpulan data berlangsung selama 4 minggu. Data yang dikumpulkan dalam kegiatan ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara tatap muka (*face to face interviews*) dengan menggunakan kuisioner terstruktur yang sudah dibuat. Kuisioner yang telah terisi kemudian dikumpulkan dan diolah secara kuantitatif dengan menggunakan aplikasi Excel. Proses dan analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif. Selain itu nantinya, data yang diolah dengan uji statistik untuk memperoleh informasi yang lebih baik terhadap data yang di dapat sehingga hasil survei dapat lebih bermanfaat.

Sebelum tabulasi dilakukan entri atau input data dari hasil wawancara surveyor. Setelah entri selesai tabulasi data dilakukan oleh Ketua Tim statistik. Tabulasi data dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excel, beberapa metode analisis digunakan dalam menjawab maksud dan tujuan survei ini, diantaranya :



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

1. Analisis deskriptif dan grafik analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan pengelompokan responden dalam tampilan prosentase dan grafik sehingga mudah untuk dipahami;
2. Perhitungan skor atau indeks objek tertentu.

Adapun tahap penyusunan pelaporan menyajikan hasil survei usaha ekonomi kreatif pada Bappeda Kabupaten Gresik. Output usaha ekonomi kreatif (UEK) Tahun 2022 ini adalah hasil analisis gambaran perkembangan ekonomi usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik. Dibuat dalam bentuk analisis secara komprehensif dan integral, yang menyajikan informasi tentang gambaran perkembangan UEK dari olahan dan analisis data yang dapat dijadikan bahan dasar untuk *mensupport* program Nawakarsa.



BAB IV

GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

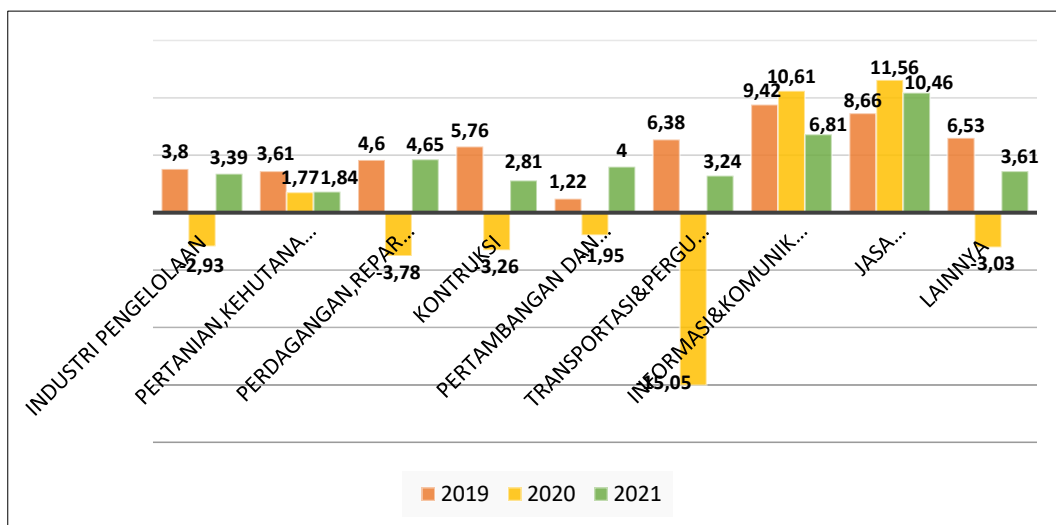
4.1 PERKEMBANGAN MAKRO EKONOMI GLOBAL DAN NASIONAL

Menurut Untoro (2010:39), pertumbuhan ekonomi adalah perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat dalam jangka panjang. Sedangkan menurut Kuznets (dalam Sukirno, 2006:132), pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan kapasitas dalam jangka panjang dari negara yang bersangkutan untuk menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya.

Perkembangan ekonomi disuatu wilayah akan berdampak untuk meningkatkan daya saing, pertumbuhan ekonomi, mengurangi ketimpangan anatar wilayah dan memajukan kehidupan masyarakat sekitar wilayah yang menjadi tujuan dari adanya pembangunan wilayah. Pembangunan wilayah yang strategis dan berkualitas menjadi harapan setiap daerah di Indonesia. Pembangunan wilayah selain meningkatkan daya saing wilayah juga mengupayakan keseimbangan pembangunan antardaerah sesuai dengan potensinya masing-masing. Perkembangan indikator utama dalam pembangunan wilayah meliputi pertumbuhan ekonomi, pengurangan pengangguran, dan pengurangan kemiskinan dapat menggambarkan capaian kinerja pembangunan wilayah secara umum.

Menurut Arifin & Gina (2009:11) indikator yang digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah tingkat Produksi Domestik Bruto (PDB). Perekonomian Indonesia 2021 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp16.970,8 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp62,2 juta atau US\$4.349,5. Perekonomian global pada Triwulan 1- 2021 menunjukkan

Kondisi ekonomi Indonesia tahun 2021 tumbuh sebesar 3,69%, lebih tinggi dibanding capaian tahun 2020 yang mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,07%. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi terjadi pada lapangan usaha jasa kesehatan dan kegiatan social sebesar 10,46 % ; diikuti sektor Informasi dan Komunikasi sebesar 6,81%; dan Pengadaan Listrik dan Gas sebesar 5,55%. Sementara itu, Industri Pengolahan yang memiliki peran dominan tumbuh 3,39 persen. Sedangkan Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan serta Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor masing-masing tumbuh sebesar 1,84 persen dan 4,65 persen. *(Sumber: Data BPS ekonomi Indonesia Triwulan IV 2021)*



Sumber: BPS,2022

Gambar 4. 1 Pertumbuhan PDB Berdasarkan Lapangan Usaha

Struktur PDB Indonesia menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku tahun 2021 tidak menunjukkan perubahan berarti. Perekonomian Indonesia masih didominasi oleh Lapangan Usaha Industri Pengolahan sebesar 19,25 persen; diikuti oleh Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 13,28 persen; Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan



Sepeda Motor sebesar 12,97 persen; Konstruksi sebesar 10,44 persen; serta Pertambangan dan Penggalian sebesar 8,98 persen. Peranan kelima lapangan usaha tersebut dalam perekonomian Indonesia mencapai 64,92 persen.

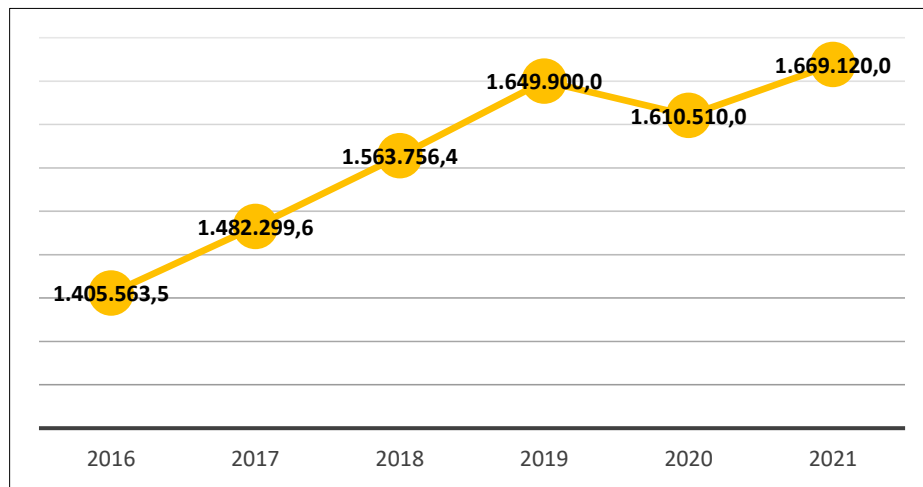
4.2 PERKEMBANGAN MAKRO EKONOMI PROVINSI JAWA TIMUR

Provinsi Jawa Timur yang memiliki luas wilayah sebesar 47,922 km² dan total terdapat 38 Kabupaten atau kota, Provinsi Jawa Timur menempati peringkat pertama nasional yakni mencapai 103,97% berdasarkan realisasi pendapatan APBD Jawa Timur tahun 2021. Perincian realisasi pendapatan Provinsi Jawa Timur yaitu pendapatan hasil daerah yang ditargetkan sebesar Rp 17,1 triliun dapat terealisasi sebesar Rp 18,9 triliun atau 110,50% , terdiri atas pajak daerah ditargetkan Rp 14,2 triliun terealisasi Rp 15,4 trilyun. Pajak daerah berasal dari pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, dan pajak bahan bakar kendaraan.

Adanya pandemi covid-19 secara global berdampak bukan hanya pada masalah kesehatan, melainkan banyak aspek kehidupan lainnya. Salah satunya berdampak pada aktivitas perekonomian penduduk yang di dalamnya meliputi aktivitas dan dinamika ketenagakerjaan. Pandemi covid-19 tidak hanya berdampak pada penambahan penduduk penganggur, melainkan juga pada dinamika aktivitas ketenagakerjaan penduduk usia kerja secara umum di Jawa Timur.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota



Sumber : Jawa Timur dalam angka, 2017-2022

Gambar 4. 2 Pertumbuhan PDRB Jawa Timur Tahun 2019-2021

Berdasarkan PDRB Jawa timur atas dasar harga konstan tahun 2016-2021, nilai pertumbuhan mengalami penurunan pada saat 2020. Penurunan diakibatkan terjadinya penyebaran virus covid-19, perlambatan terjadi hampir seluruh komponen permintaan akibat pandemi COVID -19 dan berdampak pada penurunan konsumsi swasta, konsumsi pemerintah, investasi, dan net ekspor antar daerah. Pandemi COVID-19 turut menekan sektor investasi bangunan dan konstruksi akibat realokasi dan refocusing anggaran pemerintah serta penjadwalan ulang proyek pemerintah dan swasta akibat kebijakan pembatasan aktivitas ekonomi. Kendati demikian berbagai bantuan dari Pemerintah untuk sektor industri dan rumah tangga sasaran (pra sejahtera dan terdampak COVID-19) ditengarai mampu menahan perlambatan konsumsi yang lebih dalam.

4.3 PERKEMBANGAN MAKRO EKONOMI KABUPATEN GRESIK

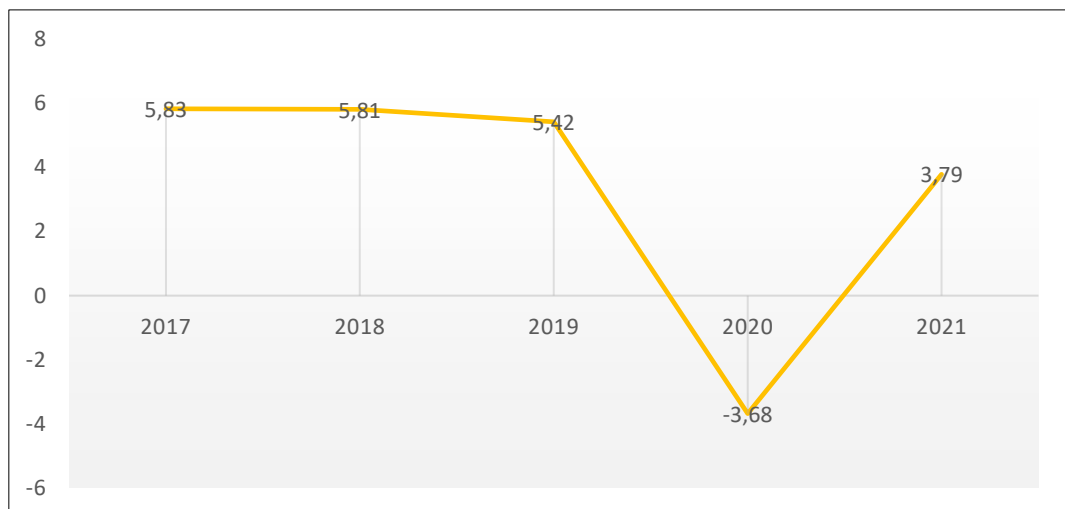
Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator yang biasanya digunakan untuk melihat keberhasilan pembangunan suatu daerah. Pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi selama kurun waktu tertentu belum dapat menjadikan kondisi suatu daerah stabil. Secara makro pertumbuhan ekonomi adalah penambahan produk domestik bruto (PDB) yang berarti



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

adanya peningkatan pendapatan daerah tersebut. Pertumbuhan ekonomi merupakan tolak ukur dalam menilai gambaran keberhasilan dari kebijakan pembangunan yang dilakukan di suatu daerah. Pertumbuhan itu sendiri merupakan suatu proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang disertai aspek dinamis dalam suatu perekonomian.

Kabupaten Gresik merupakan salah satu kota industri di Jawa Timur. Dari total nilai PDRB Kabupaten Gresik, 49,59 persen, hampir setengahnya, merupakan nilai PDRB di sektor industri pengolahan. Sebagai kota industri, nilai investasi di Kabupaten Gresik juga terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, baik itu Penanaman Modal Asing maupun Penanaman Modal Dalam Negeri. Pada tahun 2019, nilai investasi Penanaman Modal Dalam Negeri di Kabupaten Gresik sebesar 3,2 triliun rupiah dan meningkat menjadi 12,3 triliun rupiah pada tahun 2020. Adapun dari sisi jumlah proyek investasi, pada tahun 2020 terdapat sebanyak 1596 proyek, meningkat hampir dua kali lipat dibandingkan tahun 2019 yang sebanyak 899 proyek. Grafik Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Gresik.



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Gambar 4. 3 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Gresik 2017 – 2021



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Laju pertumbuhan ekonomi kabupaten gresik pada tahun 2016 laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Gresik sebesar 5,49 dan mengalami peningkatan pada tahun 2017 menjadi 5,81 lalu mengalami penurunan lagi pada tahun 2019 yaitu menjadi sebesar 5,42 dan pada tahun 2020 laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Gresik turun drastis hingga -3,68. Salah satu faktor yang mendominasi penurunan kegiatan ekonomi yaitu adanya pandemi Covid-19 yang berdampak langsung pada perekonomian, tidak hanya di Kabupaten Gresik tetapi juga perekonomian secara global. Adapun sektor yang justru mengalami pertumbuhan pada tahun 2020 yaitu sektor Informasi dan Komunikasi, serta Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial.

Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Gresik pada tahun 2021 seiring dengan pemulihan dari pandemi Covid-19 tumbuh sebesar 3.79 persen. Total Angka Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Gresik atas dasar harga berlaku pada tahun 2021 senilai 144.435,27 miliar rupiah. Lapangan usaha yang memberikan sumbangsi terbesar terhadap struktur PDRB Kabupaten Gresik adalah kategori Industri Pengolahan yaitu sebesar 50,03 persen, Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 12,64 persen, dan lapangan usaha konstruksi sebesar 8,93 persen. Adapun nilai PDRB atas dasar harga konstan di Kabupaten Gresik pada tahun 2021 mencapai 101.313,69 miliar rupiah, dengan jenis lapangan usaha yang memberikan sumbangsi terbesar adalah Industri Pengolahan.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Tabel 4. 1 Pertumbuhan PDRB Kabupaten Gresik Per-Sektor 2017 - 2021

Kode	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020*	2021**
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	4,46	-2,35	0,39	-0,82	-3,01
B	Pertambangan dan Penggalian	4,04	3,02	-0,52	-12,82	1,44
C	Industri Pengolahan	5,31	6,12	5,45	-1,32	4,41
D	Pengadaan Listrik dan Gas	5,21	5,54	4,85	-0,09	2,37
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	6,93	5,11	6,25	3,67	10,22
F	Konstruksi	9,45	8,82	9,05	-6,66	1,99
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	6,62	6,74	6,70	-10,13	7,24
H	Transportasi dan Pergudangan	5,73	7,71	11,86	-5,46	3,39
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	8,97	9,13	8,33	-9,59	4,33
J	Informasi dan Komunikasi	8,80	9,13	8,33	-9,59	4,33
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	3,62	7,27	4,26	-0,78	0,34
L	Real Estat	5,28	9,51	7,90	1,54	4,45
M,N	Jasa Perusahaan	6,87	9,35	6,45	1,94	2,28
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	4,05	5,21	3,86	-0,40	0,76
P	Jasa Pendidikan	6,85	7,90	8,46	2,80	2,24
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial/	6,59	8,70	7,86	8,98	4,68
R,S,T,U	Jasa lainnya	5,43	8,01	8,26	-14,98	5,53
Produk Domestik Regional Bruto		5,83	5,81	5,42	-3,68	3,79
* Angka sementara; ** Angka sangat sementara						

Sumber : Kabupaten Gresik Dalam Angka, 2021

Pada tahun 2021 lapangan usaha yang memiliki laju pertumbuhan tertinggi adalah Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang yaitu sebesar 10,22 persen. Adapun lapangan usaha yang memiliki pertumbuhan terendah adalah Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan yaitu - 3,01 persen. Laju pertumbuhan PDRB Harga Konstan menurut lapangan usaha pada tahun 2021 didominasi oleh pertumbuhan yang positif. Hal tersebut menandakan bahwa pertumbuhan perekonomian Kabupaten Gresik semakin membaik atau semakin bangkit sejak terjadinya pandemi



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Covid-19. Aktifnya kembali sektor – sektor perekonomian dan semakin meningkatnya daya beli masyarakat menandakan bahwa semakin pulihnya perekonomian di Kabupaten Gresik.

4.4 PERKEMBANGAN SEKTOR EKONOMI KREATIF NASIONAL

Perkembangan ekonomi kreatif dimulai sejak terbentuknya kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif pada periode 1983-1988, akan tetapi seiring bertambahnya waktu beberapa kali berganti nama. Pada periode era kepemimpinan Presiden Joko Widodo, membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan tahun 2019 Presiden kembali merubah dan menyatukan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang mana sekarang menjadi di bawah satu kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif.

Di Indonesia instruksi pengembangan ekonomi kreatif dimulai pada tahun 2006 pada masa kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Proses pengembangan ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan *Indonesian Design Power* oleh Departemen Perdagangan untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Pada tahun 2007 dilakukan peluncuran Studi Pemetaan Kontribusi Industri Kreatif Indonesia 2007 pada *Trade Expo Indonesia*.

Saat ini, sub sektor ekonomi kreatif sudah bertambah satu sektor, yaitu sektor kuliner. Total sampai saat ini ada 15 sub-sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pemetaan Industri kreatif di Indonesia ditetapkan berdasarkan studi akademik atas klasifikasi Baku Usaha Industri Indonesia (KBLI) yang diolah dari data Badan Pusat Statistik dan sumber data lainnya seperti komunitas kreatif, lembaga pendidikan dan pelatihan yang dirilis di media elektronik maupun media cetak.

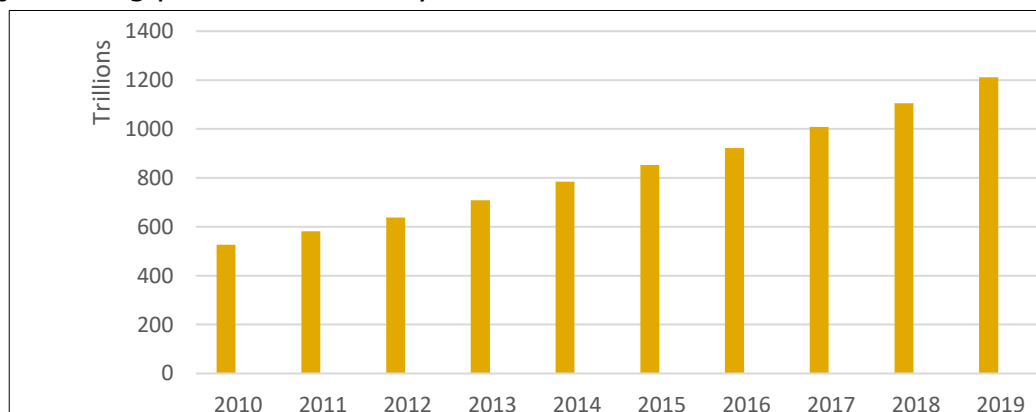
Hasil kajian dari BPS bekerjasama dengan BEKRAF di tahun 2016 menemukan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi kepada ekonomi nasional sebesar 852 triliun atau 7.38% dan menyerap tenaga kerja sebanyak 13.9%



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

(BEKRAF 2017). Namun, perkembangan ekonomi kreatif masih terfokus di pulau jawa dengan konsentrasi sebanyak 65.37%, pulau sumatera 17.94%, Pulau Sulawesi, Maluku dan Papua 6.53%, Pulau Bali dan Nusa Tenggara 5.21% dan diurutan terakhir adalah Pulau Kalimantan sebesar 4.95%. Hasil riset tersebut juga memunculkan 3 sektor ekonomi kreatif yang dominan, yaitu kuliner 43%, Fashion 18% dan Kriya 16%.

Berdasarkan data tersebut, pangsa pasar untuk tenaga kerja pada sektor ekonomi kreatif cenderung mengalami peningkatan, hingga pada tahun 2016 mencapai 14.28% (sekitar 14 sampai 15 orang dari 100 orang bekerja pada sektor ekonomi kreatif). Dalam periode yang sama, dari 16 subsektor ekonomi kreatif, subsektor kuliner paling banyak menyerap tenaga kerja, sedangkan subsektor desain paling sedikit menyerap tenaga kerja. Jumlah tenaga kerja pada 3 subsektor ekonomi kreatif tersebut secara nasional mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 7,98 juta orang pada subsektor kuliner, 4,13 juta orang pada subsektor fasion, dan 3,72 juta orang pada subsektor kriya.



Sumber : Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf)

Gambar 4. 4 Pertumbuhan Ekonomi Kreatif 2010-2020

Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi kreatif (Ekraf) tahun 2016 sudah mencapai Rp922,59 triliun. PDB ini diproyeksikan pada tahun 2017 sudah melampaui Rp1000 triliun, dan meningkat menjadi Rp1.105 triliun

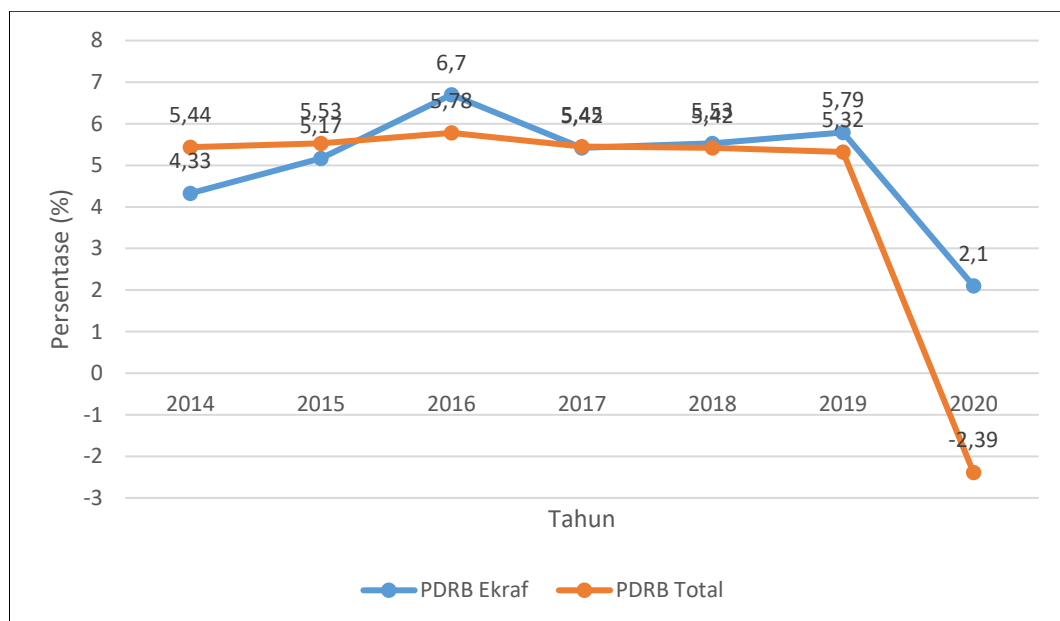


Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

pada 2018. Pada 2020, kontribusi sektor ekonomi kreatif diperkirakan akan mencapai Rp1.100 triliun. Sejak tahun 2010, PDB ekraf terus meningkat.

4.5 PERKEMBANGAN SEKTOR EKONOMI KREATIF JAWA TIMUR

Ekonomi kreatif di Jawa Timur mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Dimana rata-rata pertumbuhan PDRB Ekonomi Kreatif Jawa Timur dari tahun 2014 sampai tahun 2020 mengalami rata-rata pertumbuhan mencapai 5,79%. Secara umum pertumbuhan ekonomi kreatif Jawa Timur masih dibawah pertumbuhan ekonomi dari total lapangan usaha. Namun tren yang ada menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif Jawa Timur menunjukkan pertumbuhan yang menaik.



Sumber : (Disbudpar Jatim,2020)

Gambar 4. 5 Perbandingan Pertumbuhan Ekraf Dan Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jawa Timur 2014-2020

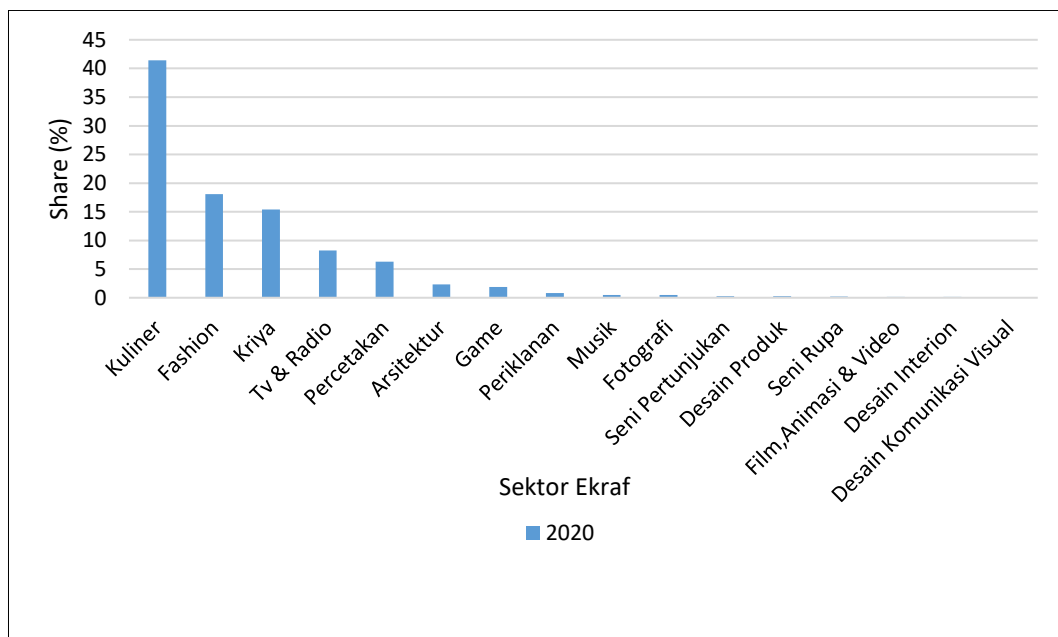
Berdasarkan data pada gambar 4.5 memperlihatkan bahwa secara konsisten pertumbuhan ekonomi kreatif Provinsi Jawa Timur mengalami periode pertumbuhan yang cukup pesat pada tahun 2014-2016. Dimana pada periode tersebut pertumbuhan Ekraf Jawa Timur mengalami tingkat pertumbuhan yang meningkat. Namun, secara umum kinerja ekonomi



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

kreatif Jawa Timur rata-rata sedikit diatas kinerja ekonomi PDRB total. Sehingga dapat diberikan kesimpulan bahwa ekonomi kreatif Jawa Timur berpotensi menjadi sektor ekonomi unggulan Jawa Timur yang perlu dikembangkan.

Potensi sektor ekonomi kreatif terbesar di Jawa Timur berdasarkan gambar 4.6 adalah sektor kuliner , fashion dan kriya. Dimana sektor Kuliner menyumbang share ekonomi kreatif Jawa Timur mencapai 41,4% dari total nilai PDRB Ekonomi kreatif Jawa Timur. Selanjutnya, share sektor ekonomi kreatif yang paling kecil menyumbang terhadap total nilai PDRB ekonomi kreatif Jawa Timur adalah sektor desain komunikasi visual dengan share-nya sebesar 0,06%.



Sumber : (Disbudpar Jatim,2020)

Gambar 4. 6 Share Sektor Ekonomi Kreatif Jawa Timur Tahun 2020

Beberapa sektor ekonomi kreatif yang terkenal dari Jawa Timur seperti Soto Lamongan, Sate Madura, Pecel Madiun, Bakso Malang, Nasi Krawu Gresik merupakan beberapa contoh sektor kreatif kuliner yang ada di Provinsi Jawa Timur. Kemudian dari sisi sektor ekonomi kreatif fashion,



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

ada kerajinan batik madura, tas tanggulangun dan kerajinan kulit magetan. Sedangkan dari sektor ekonomi kreatif Kriya Jawa Timur, beberapa yang terkenal seperti anyaman bambu Banyuwangi, anyaman rotan Kabupaten Malang, dan kerajinan batu marmer Kabupaten Tulungagung.

Darisisi tenaga kerja, pada tahun 2020 terdapat 3.942.979 tenaga kerja yang berkerja pada sektor ekonomi kreatif Jawa Timur. Artinya 18,43% tenaga kerja di Jawa Timur bekerja pada sektor ekonomi kreatif. Jawa Timur memiliki persentase tenaga kerja yang bekerja di sektor ekonomi kreatif lebih tinggi (18,43%) dibandingkan nasional (14,67%).

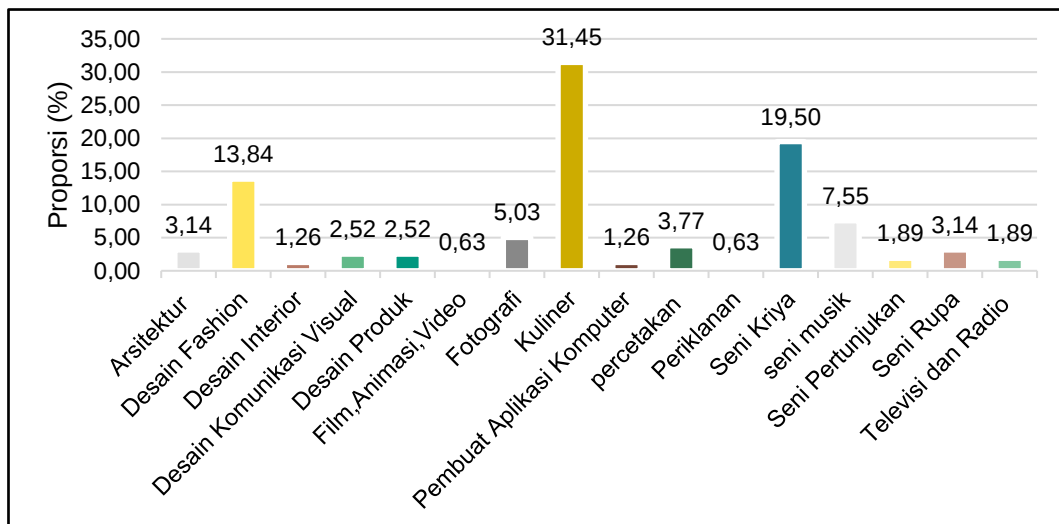


BAB V

ANALISA EKONOMI KREATIF KABUPATEN GRESIK

5.1 PROFILE EKONOMI KREATIF KABUPATEN GRESIK KOTA

Kabupaten Gresik memiliki 18 (delapan belas) Kecamatan, yang terdiri dari 16 (enam belas) Kecamatan ada di pulau Jawa dan 2 (dua) kecamatan ada di Bawean. Untuk fokus kajian ini, dibatasi hanya untuk wilayah kecamatan yang ada di Gresik Kota (Kecamatan Gresik, Kebomas dan Manyar). Survey dilakukan terhadap 200 pelaku usaha ekonomi kreatif yang tersebar di Kecamatan Gresik, Kebomas dan Manyar.



Sumber: Survei Ekraf Gresik, 2022

Gambar 5. 1 Proporsi Sektor Ekonomi Kreatif Di Wilayah Gresik Kota Kabupaten Gresik 2022

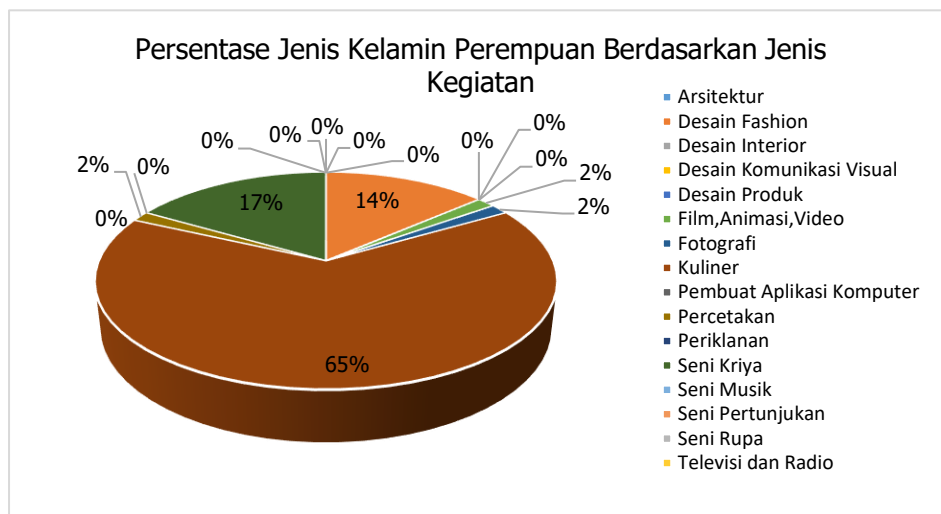
Pola proporsi sektor usaha ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota, selaras dengan pola sektor usaha ekonomi kreatif di Jawa Timur. Dimana terdapat 3 (tiga) sektor ekonomi kreatif yang dominan yaitu sektor ekonomi kreatif kuliner, sektor ekonomi kreatif seni kriya dan sektor ekonomi kreatif desain fashion. Selain itu sektor ekonomi kreatif musik, fotografi dan seni rupa turut berkembang di wilayah Gresik Kota. Perkembangan sektor ekonomi kreatif tersebut juga menandakan ciri khas dari masyarakat urban.



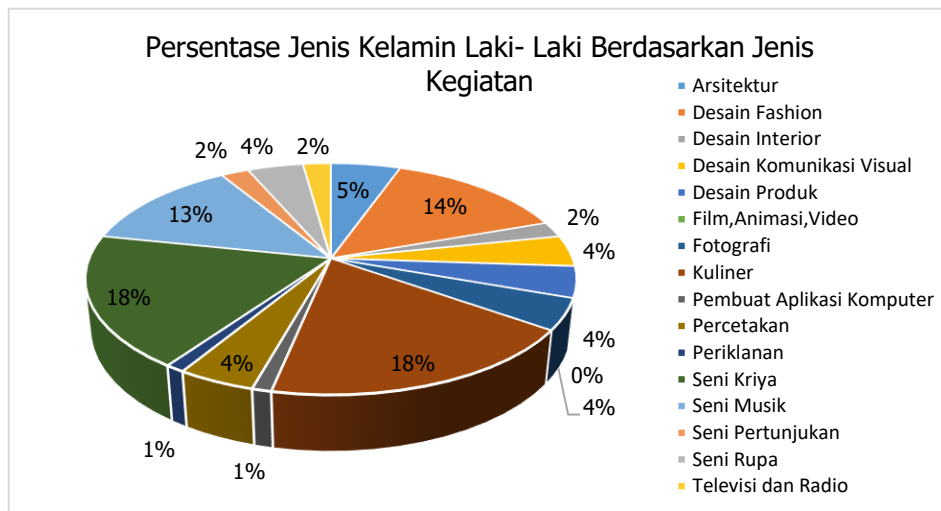
Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Secara proporsi, pelaku usaha ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota 56% didominasi oleh Laki-laki, sedangkan sisanya adalah perempuan. Sektor usaha ekonomi kreatif yang didominasi laki-laki cukup tersebar. Mulai dari sektor ekonomi kreatif kuliner, seni kriya, desain fashion sampai ke desain komunikasi visual. Sedangkan sektor usaha ekonomi kreatif yang didominasi oleh perempuan didominasi oleh sektor ekonomi kreatif kuliner.

A



B



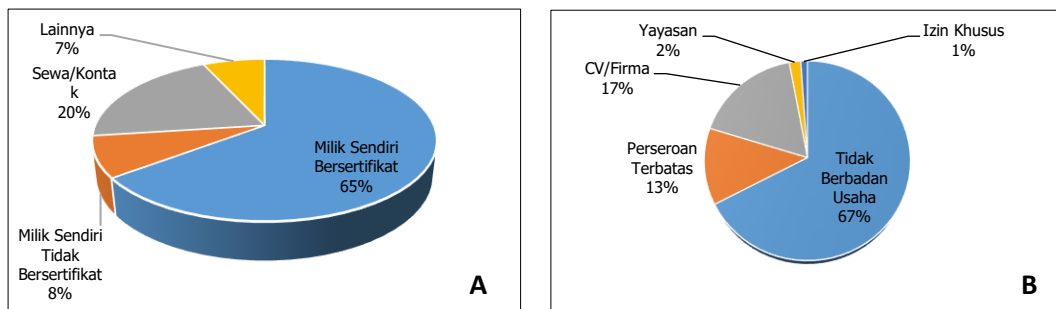
Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 3 Proporsi Jenis Kelamin Terhadap Kepemilikan Usaha Ekonomi Kreatif Di Wilayah Gresik Kota Tahun 2022



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Sedangkan kepemilikan usaha berjenis kelamin perempuan, didominasi dengan usaha kuliner sebesar 65%. Hal ini juga menunjukkan dominasi sektor ekonomi kreatif di bidang kuliner adalah perempuan. Berdasarkan gambar 6.2 juga memperlihatkan bahwa kepemilikan usaha untuk jenis kelamin laki-laki lebih beragam daripada kepemilikan usaha untuk jenis kelamin perempuan.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 4 Status Badan Usaha (A) dan Jenis Badan Usaha Usaha Ekraf Di Wilayah Gresik Kota Tahun 2022 (B)

Pengusaha ekonomi kreatif di wilayah Gresik Kota, 65% usaha berstatus milik sendiri dan telah bersertifikat dan 8% usaha milik sendiri tidak bersertifikat. Sedangkan sisanya, 20% sewa/kontrak dan 7% status usaha berjenis lainnya selain yang disebutkan dan/atau tidak memiliki status usaha yang resmi.

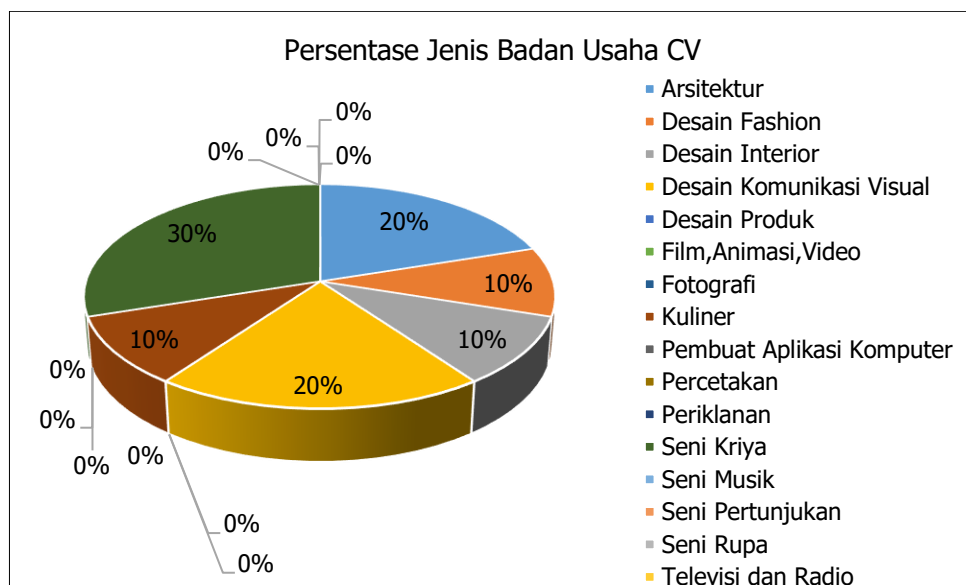
Berdasarkan kepemilikan badan usaha, sebanyak 67,32% usaha ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota belum berbadan usaha. Hal ini dikarenakan skala usaha mereka masih pada level usaha mikro yang dianggap tidak perlu melakukan formalisasi kelembagaan. Sedangkan 17,31% usaha ekonomi sudah berbadan usaha CV/Firma dan 9,44% sudah berbadan usaha berbentuk perseroan terbatas (PT). Sedangkan sisanya ada yang berbadan usaha izin khusus dan Yayasan



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

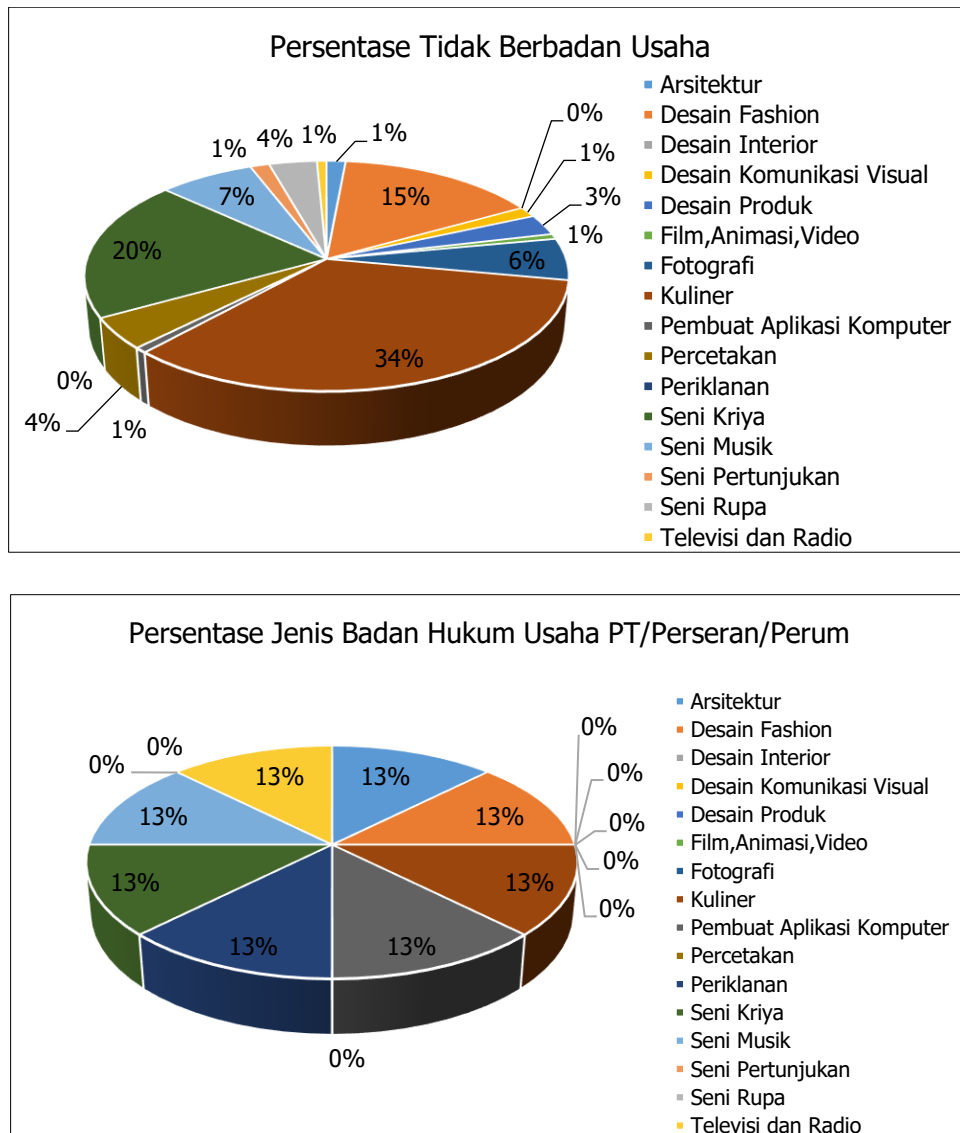
Selanjutnya, jika melihat lebih dalam mayoritas usaha yang belum memiliki badan usaha adalah sektor ekonomi kreatif kuliner yang mencapai 33,82%. Kemudian diikuti dengan usaha ekonomi kreatif arsitektur dan desain fashion. Sedangkan untuk usaha ekonomi kreatif yang berbadan usaha CV/Firma rata-rata didominasi oleh seni kriya, arsitektur dan desain komunikasi visual.

Untuk sektor ekonomi kreatif berbadan usaha PT, memiliki proporsi yang berimbang. Rata usaha ekonomi kreatif untuk pembuatan film, animasi dan video, desain interior, Melihat persebaran tersebut mengindikasikan bahwa, untuk sektor-sektor yang berskala mikro dan berciri *business to consumer* (B To C) lebih banyak mereka memilih untuk tidak berbadan usaha. Sedangkan untuk usaha yang berskala mikro namun pelanggan mereka adalah perusahaan/lembaga (B To B) maka mereka lebih banyak berbadan usaha CV atau Firma.





Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota



Sumber: Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

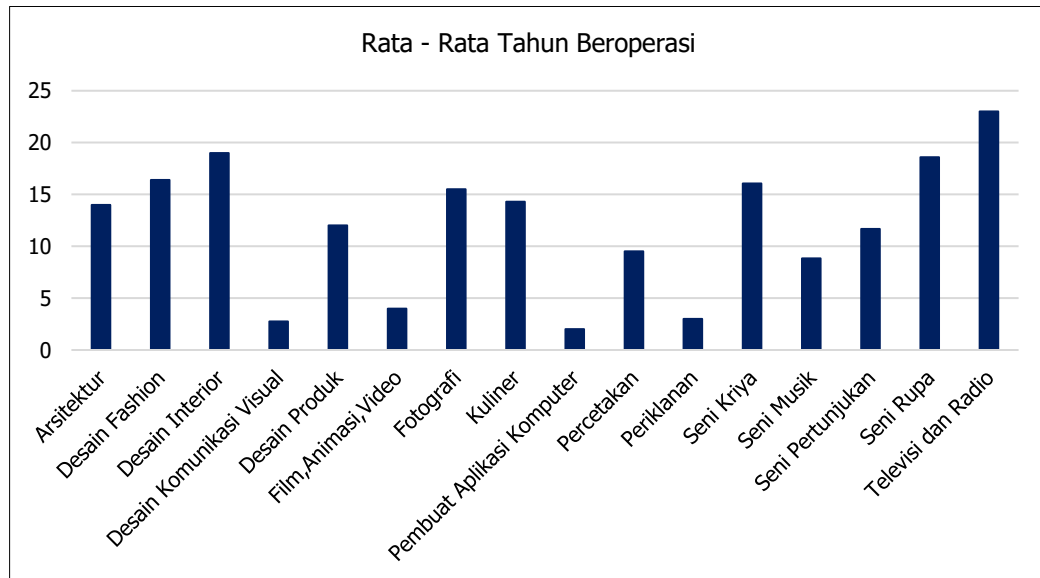
Gambar 5. 5 Jenis Badan Usaha Berdasarkan Sektor Ekraf Kawasan Gresik Kota Tahun 2022

Secara rata-rata usaha ekonomi kreatif di Kawasan Gresik kota sudah beroperasi selama 14,05 tahun. Bahkan ada usaha ekonomi kreatif di Kawasan Gresik kota yang sudah berusia 62 tahun yaitu usaha ekonomi kreatif *songkok Gresik*. Secara sub-sektor ekonomi kreatif di Kawasan Gresik Kota. Sub-sektor ekonomi kreatif televisi dan radio memiliki tingkat rata-rata tahun beroperasi yang cukup lama yaitu sudah berjalan selama 23 tahun. Sedangkan untuk sub-sektor ekonomi kreatif yang baru berkembang



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

seperti aplikasi komputer, desain komunikasi visual dan permainan rata-rata lama berdiri masih dibawah 5 tahun.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 6 Rata-rata Lama Tahun Beroperasi Usaha Ekraf Di Kawasan Gresik Kota Tahun 2022

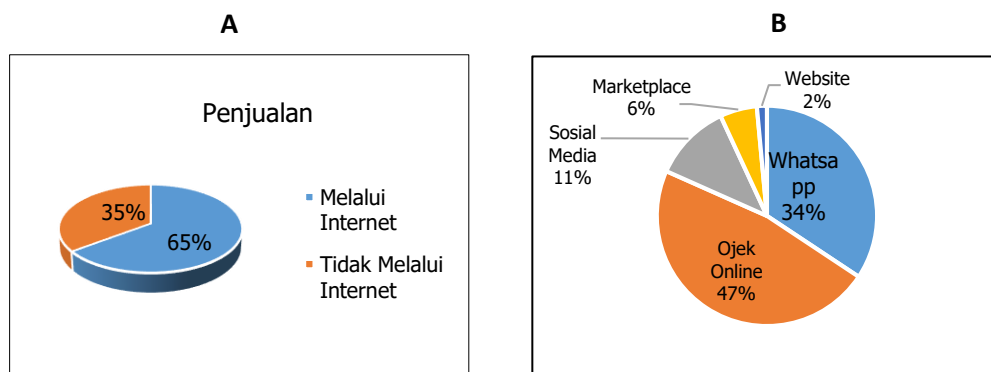
Pada gambar 6.5 memperlihatkan bahwa untuk sektor-sektor ekonomi kreatif, seperti televisi dan radio, seni rupa, desain interior, seni kriya dan kuliner rata-rata umur usaha telah mencapai lebih dari 10 (sepuluh) tahun. Sedangkan untuk sektor ekonomi kreatif seperti pengembangan permainan, pembuatan aplikasi komputer, pembuatan film, animasi dan video serta desain komunikasi visual rata-rata umur usaha belum mencapai 5 (lima) tahun. Hal ini memberikan gambaran bahwa sektor ekonomi kreatif di Kawasan Gresik Kota masih bercorak sektor ekonomi kreatif kontemporer. Dimana, kondisi ini juga mencakup sejarah panjang wilayah Kabupaten Gresik yang sudah didominasi oleh usaha ekonomi kreatif seperti seni pertunjukan, kriya dan musik yang bahkan usianya sudah mencapai ratusan tahun.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

5.2 INFORMASI KEGIATAN USAHA EKONOMI KREATIF

Perkembangan transaksi penjualan yang dilakukan oleh sektor usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik sebagian besar sudah memanfaatkan internet. Hampir 65% usaha ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota sudah memanfaatkan internet sebagai salah satu *channel* untuk penjualan mereka. *Channel* penjualan menggunakan internet yang dimanfaatkan mayoritas masih menggunakan aplikasi *whatssapp* dan aplikasi ojek online (*gojek* dan *grab*).



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 7 Pemanfaatan dan Channel Utama Penjualan Internet Usaha Ekraf Di Kawasan Kota Gresik

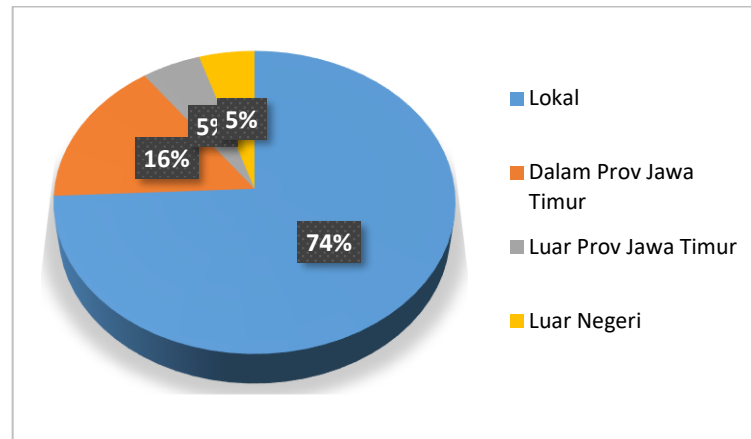
Sektor usaha ekonomi kreatif yang paling banyak memanfaatkan *channel* internet untuk penjualan adalah sektor usaha kuliner dan desain komunikasi visual. Untuk sektor kuliner 84,34% memanfaatkan aplikasi ojek online (*gojek* dan *grab*) sebagai *channel* utama dalam melakukan penjualan. Sedangkan untuk usaha ekonomi kreatif komunikasi visual, 84,32% memanfaatkan aplikasi sosial media (*facebook*, *Instagram* dan *Tiktok*) untuk melakukan penjualan produknya.

Berdasarkan cakupan wilayah penjualan usaha ekonomi kreatif wilayah Gresik kota rata-rata masih berada didalam wilayah Kabupaten Gresik. Selanjutnya, sekitar 15,48% usaha ekonomi kreatif yang sudah menjual produknya di luar wilayah Kabupaten Gresik namun masih di



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

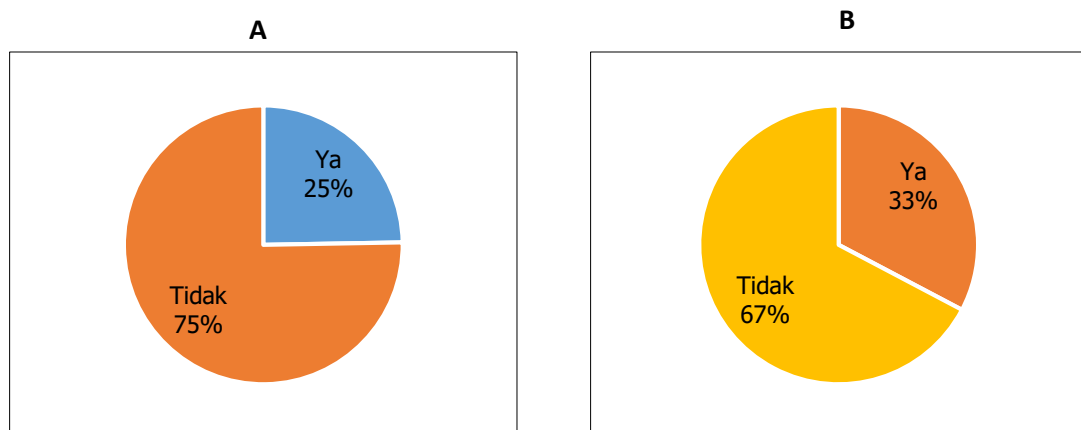
wilayah Provinsi Jawa Timur. Sedangkan 4,8% produk ekonomi kreatif telah berhasil ekspor ke luar negeri.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 8 Cakupan Pasar Penjualan Sektor Ekonomi Kreatif Wilayah Gresik Kota Tahun 2022

Rata-rata pelaku usaha ekonomi kreatif di kawasan Gresik kota belum memiliki nomer induk berusaha (NIB) dan Nomer Pokok Wajib Pajak (NPWP). Meskipun pengurusan NIB dan NPWP adalah sesuatu yang mudah. Hal ini menunjukkan bahwa, mayoritas pelaku usaha sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik belum mendapatkan informasi yang cukup terkait kemudaha pengurusan NIB dan NPWP, maupun kegunaan memiliki NIB dan NPWP bagi pelaku usaha ekonomi kreatif di Kawasan Gresik kota.

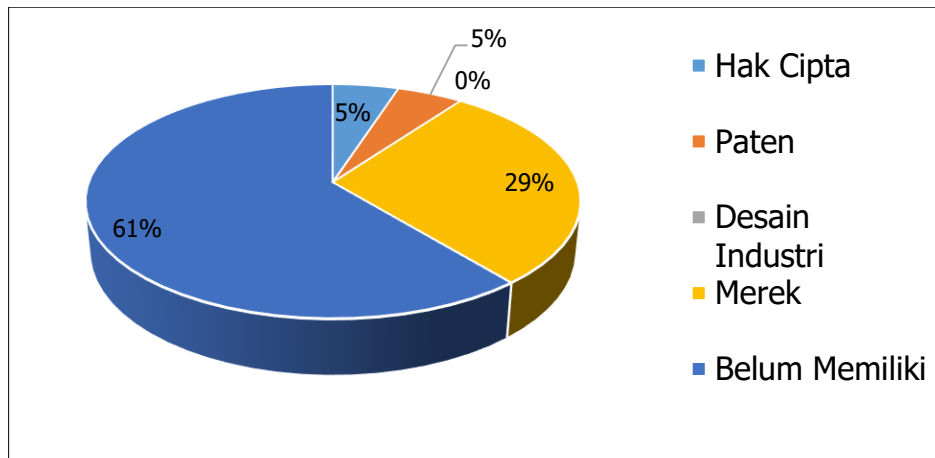


Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 9 Kepemilikan NIB (A) dan NPWP (B) Usaha Ekraf Kawasan Gresik Kota Tahun 2022



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 10 Kepemilikan Perusahaan Ekonomi Kreatif

Usaha kegiatan ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik khususnya kawasan Gresik Kota, Sebanyak 159 responden yang diwawancarai 61% responden belum memiliki kepemilikan untuk usaha dan dengan 4 jenis kepemilikan yaitu Hak Cipta, Paten, Desain Industri dan Merek.



5.3 NILAI EKONOMI USAHA EKONOMI KREATIF

Sektor ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota memberikan nilai ekonomi yang cukup besar bagi perkembangan perekonomian di wilayah ini. Selama pandemi Covid-19, sektor ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota berhasil memberikan kontribusi PDRB sektor ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota sebesar **Rp. 57.216.151.600** (Lima Puluh Tujuh Milliar Dua Ratus Enam Belas Juta Seratus Lima Puluh Satu Enam Ratus). Nilai PDRB tersebut, tentu saja bisa lebih tinggi jika pandemi Covid-19 berakhir.

Selain itu, sektor ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota selama pandemi Covid-19 memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga sebanyak **892** (delapan ratus Sembilan puluh dua). Sektor ekonomi kreatif dengan rata-rata pendapatan tertinggi adalah sektor televisi dan radio yang menghasilkan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 1.776.664.000 (Satu Milliar Tujuh Ratus Tujuh Puluh Enam Juta Enam Ratus Enam Puluh Empat Ribu). Sedangkan sektor ekonomi kreatif seni pertunjukan rata-rata mengalami pendapatan minus Rp. – 37.000.000 (Tiga Puluh Juta Rupiah).

Sektor ekonomi kreatif di kawasan kota Gresik memiliki disparitas pendapatan antar sektor yang cukup tajam. Terdapat beberapa sektor yang memiliki rata-rata pendapatan per tahun yang cukup tinggi diatas 100 juta seperti sektor televisi dan radio, sektor fasyen, sektor periklanan dan sektor kuliner. Sedangkan disisi lain, terdapat sektor ekonomi kreatif yang memiliki pendapatan dibawah 100 juta per tahun, seperti sektor seni rupa, sektor musik, sektor seni pertunjukan, sektor film, animasi dan video dan sektor percetakan.

Disparitas pendapatan yang cukup tajam, bisa terjadi kemungkinan pandemi Covid-19 atau secara lingkungan permintaan dari konsumen terhadap sektor-sektor tersebut masih rendah. Disinilah peran Pemkab Gresik dalam memberikan stimulus untuk meningkatkan permintaan dari



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

konsumen terhadap sektor-sektor ekonomi kreatif yang masih memiliki pendapatan rendah.

Tabel 5. 1 Rata-rata, Min dan Maximun Pendapatan Sektor Ekonomi Kreatif Di Wilayah Gresik Kota Tahun 2021

No	Sektor	Rata-rata (Rp)	Min (Rp)	Max (Rp)
1	Sektor Televisi dan Radio	1.776.664.000	24.000.000	3.865.992.000
2	Sektor Periklanan	1.440.000.000	440.000.000	1.662.000.000
3	Sektor Desain Fesyen	478.800.000	6.000.000	3.000.000.000
4	Sektor Pembuat Aplikasi Komputer	318.000.000	36.000.000	600.000.000
5	Sektor Kuliner	316.639.200	0	3.840.000.000
6	Sektor Arsitektur	240.000.000	30.000.000	1.440.000.000
7	Sektor Desain Komunikasi Visual	211.500.000	30.000.000	600.000.000
8	Sektor Desain Interior	180.000.000	0	360.000.000
9	Sektor Seni Kriya	179.374.065	0	1.200.000.000
10	Sektor Fotografi	169.500.000	0	600.000.000
11	Sektor Desain Produk	144.000.000	18.000.000	300.000.000
12	Sektor percetakan	84.400.000	10.800.000	324.000.000
13	Sektor Seni Pertunjukan	78.400.000	19.200.000	180.000.000
14	Sektor Film, Animasi, Video	36.000.000	36.000.000	36.000.000
15	Sektor Seni Rupa	24.000.000	6.000.000	36.000.000
16	Sektor seni musik	-37.000.000	- 180.000.000	600.000.000

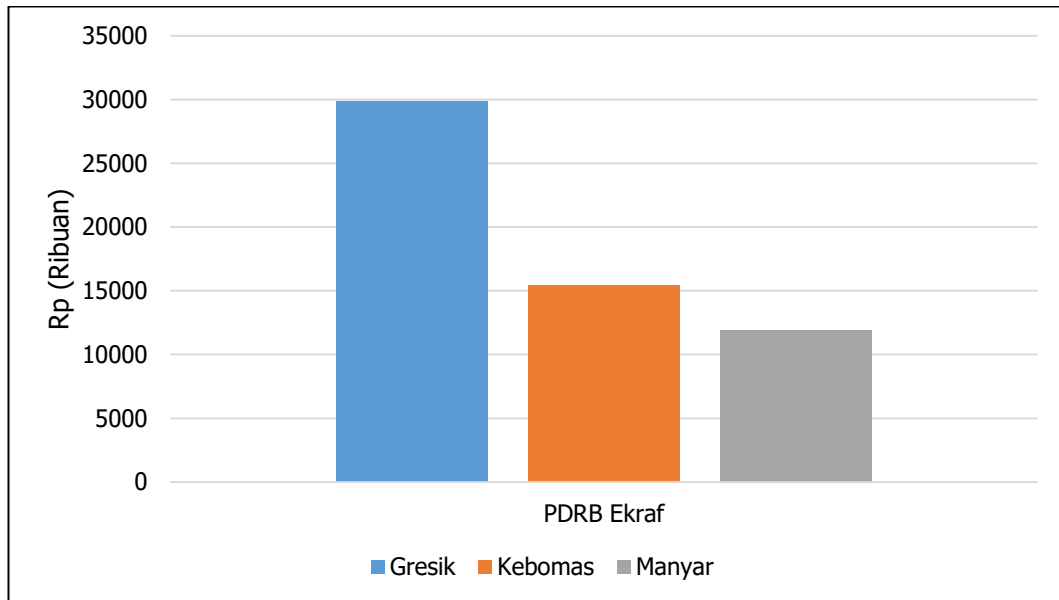
Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Selanjutnya jika kita melihat berdasarkan kewilayahan, maka Kecamatan Gresik masih menyumbang PDRB sektor ekonomi kreatif sebesar Rp. 29.863.395.600 (Dua Puluh Sembilan Miliar Delapan Ratus Enam Puluh Tiga Juta Tiga Ratus Sembilan Puluh Lima Ribu Enam Ratus Rupiah). Hal ini dikarenakan wilayah kecamatan Gresik merupakan wilayah pusat pertumbuhan dengan corak masyarakat perkotaan. Untuk kecamatan Manyar, menyumbang PDRB sektor ekonomi kreatif sebesar Rp. 11.889.250.000 (Sebelas Miliar Delapan Ratus Delapan Puluh Sembilan Juta Dua Ratus Lima Puluh Ribu). Dimana kawasan Manyar ini, masih



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

bercorak *rural* sehingga sektor ekonomi kreatif yang paling banyak berkembang di sektor ini adalah seni rupa, kriya dan kuliner.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 11 PDRB Ekonomi Kreatif Per Kecamatan Di Kawasan Gresik Kota Tahun 2021

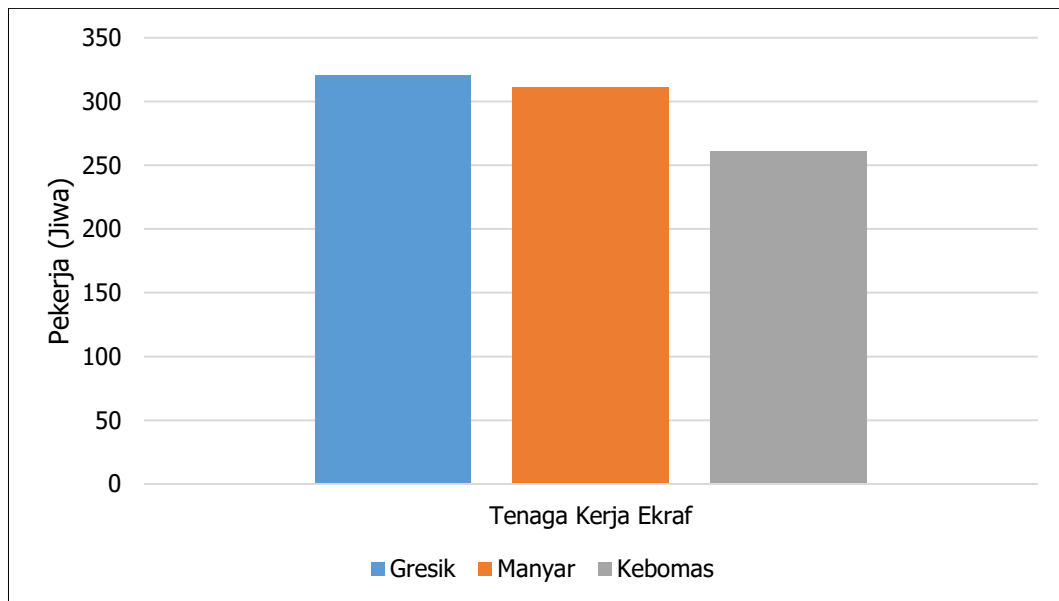
Berdasarkan penyerapan tenaga kerja, relative sektor ekonomi kreatif di tiga kecamatan wilayah Gresik kota cukup berimbang. Hal yang menarik dari data penyerapan tenaga kerja ini, menunjukkan bahwa meskipun posisi kecamatan Manyar menyumbang PDRB sektor ekraf paling kecil. Namun, untuk penyerapan tenaga kerja sektor ekraf tidak terpaut jauh dengan kecamatan Gresik. Hal ini dikarenakan sektor ekraf yang berkembang di kecamatan Manyar berciri khas sektor ekraf tradisional sehingga membutuhkan tenaga kerja yang lebih besar. Sedangkan ciri khas sektor ekraf di kecamatan Gresik lebih berciri sektor ekraf yang lebih modern, yang memadukan pemanfaatan teknologi dalam kegiatan produksinya. Sehingga lebih efisien dalam menyerap tenaga kerja.

Secara sektoral, sektor ekraf paling banyak menyerap tenaga kerja adalah sektor kriya dan sektor televisi dan radio dimana rata-rata usaha ini



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

mampu menyerap 11 tenaga kerja per perusahaan. Sedangkan untuk sektor ekraf yang rata-rata menyerap tenaga kerja paling sedikit pembuat aplikasi komputer. Dimana rata-rata usaha mereka hanya memperkerjakan 1-2 orang tenaga kerja.



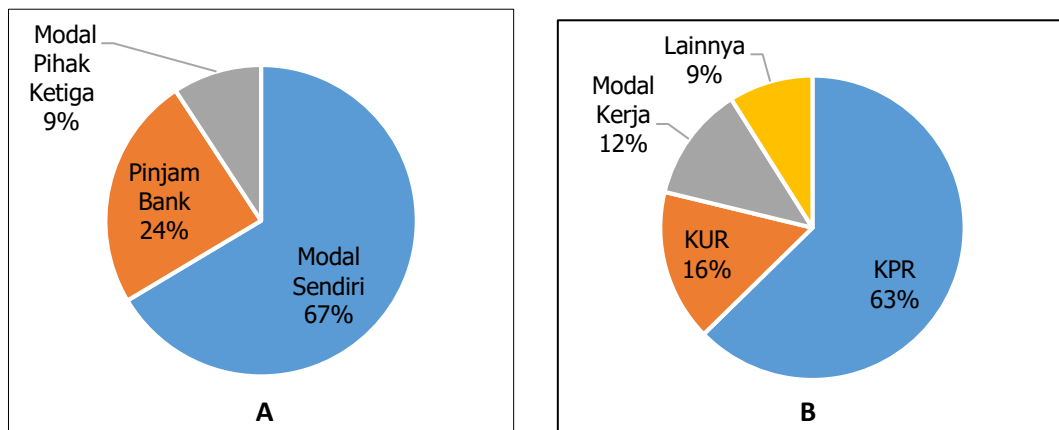
Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 12 Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Ekraf Di Wilayah Gresik Kota Tahun 2021

Angka estimasi PDRB dan penyerapan tenaga kerja diatas bisa jadi masih di level *undervalue*. Artinya angka tersebut masih ada potensi untuk menjadi lebih tinggi dari yang seharusnya dicatatkan. Hal ini dikarenakan, 82,12% usaha ekonomi kreatif yang ada di wilayah Gresik kota belum memiliki laporan keuangan yang sesuai dengan standard akuntansi. Rata-rata usaha yang bergerak di bidang desain produk serta sektor radio dan televisi adalah usaha ekonomi kreatif yang paling banyak memiliki laporan keuangan sesuai standard akuntansi.



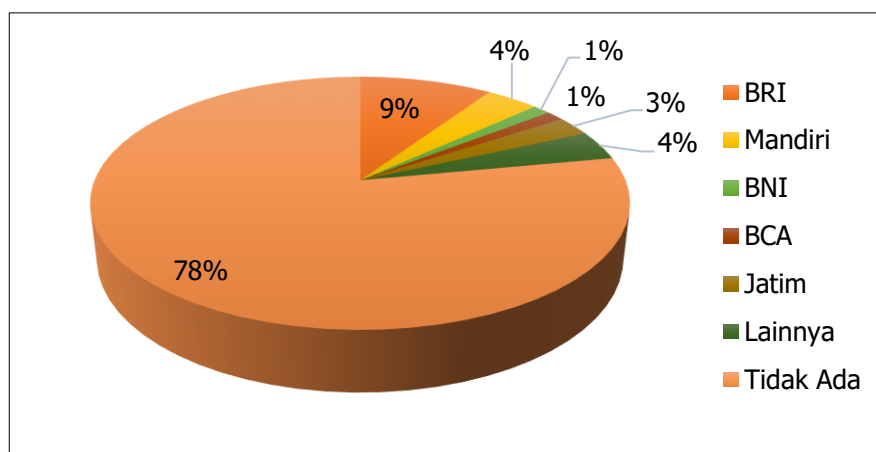
Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 13 Proporsi Permodalan Usaha (A) dan Skema Kredit (B) Yang Digunakan Untuk Membiayai Usaha Ekraf

Permodalan yang dibangun rata-rata usaha ekonomi kreatif di wilayah Gresik kota adalah modal sendiri. Sedangkan sisanya baru pinjaman dari bank dan penyertaan modal diluar pendiri usaha. Secara umum untuk usaha ekonomi kreatif yang salah satu komposisi modalnya menggunakan pinjaman dari Bank, rata-rata memanfaatkan pinjaman dengan skema kredit kepemilikan rumah (KPR). Aspek ini tentu saja cukup mengejutkan, dikarenakan skema KPR tidak didesain khusus untuk meningkatkan modal usaha, tetapi didesain untuk pemenuhan kebutuhan rumah.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

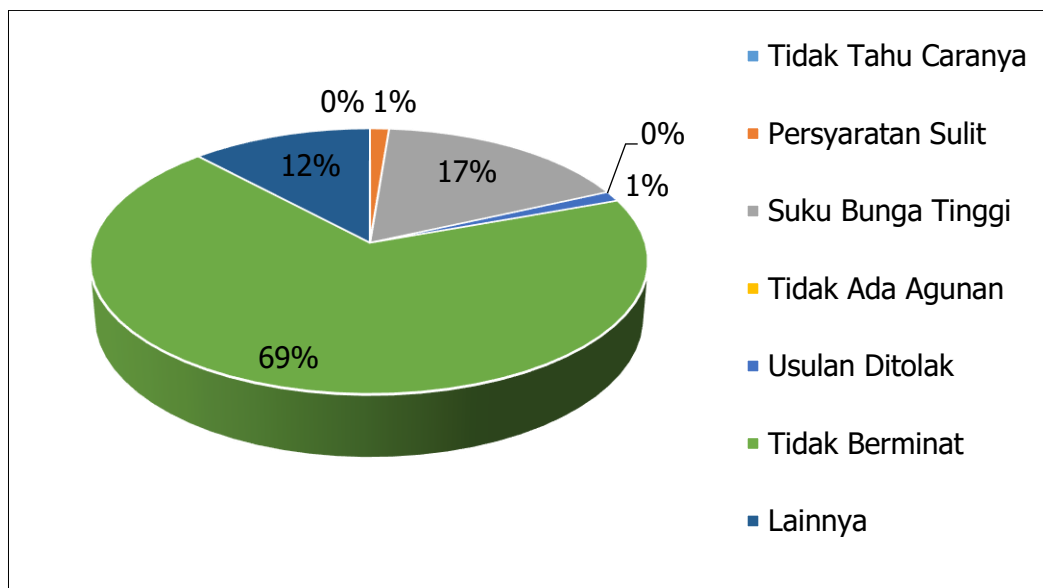
Gambar 5. 14 Penggunaan Jenis Bank untuk kredit usaha ekonomi kreatif



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

Berdasarkan grafik perhitungan jenis bank yang digunakan para pendiri usaha ekonomi kreatif, mayoritas yang menggunakan pinjaman berupa KPR memilih bank BNI. Bank BNI menjadi primadona bagi usaha ekonomi kreatif di wilayah Kabupaten Gresik, khususnya pada wilayah penelitian.

Akan tetapi beberapa pengusaha ekonomi kreatif tidak memilih tidak mengajukan kredit meskipun usahanya membutuhkan banyak biaya tau modal. Sehingga beberapa alasan mendukung persolanan atau alasan tidak melalukan kredit dengan salah satu bank. Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif rata-rata masih memiliki mindset bahwa berhutang itu dosa. Sebagian yang lain, beralasan suku bunga yang masih tinggi. Berikut persentase alasan tidak mengajukan dan/atau menggunakan kredit :



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

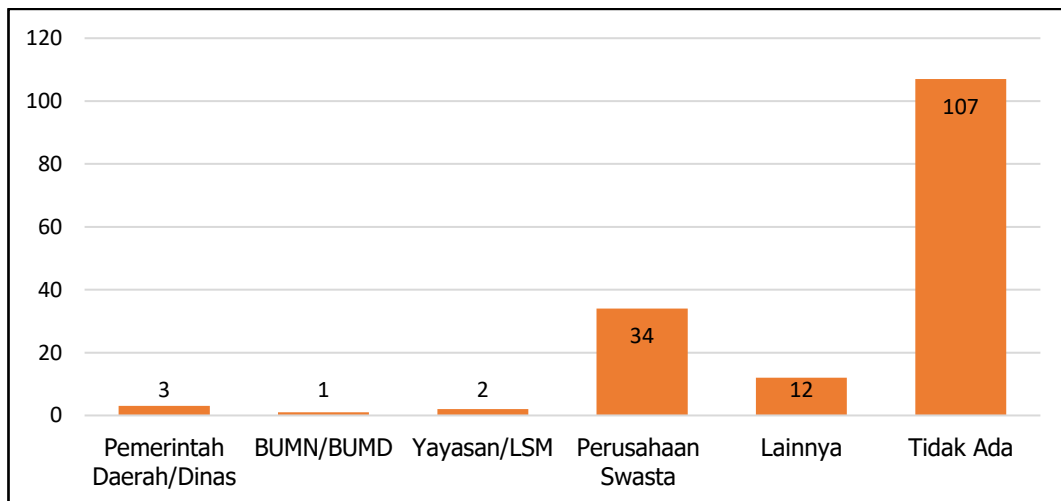
Gambar 5. 15 Alasan pengajuan kredit di bank



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

5.4 KEMITRAAN USAHA EKONOMI KREATIF

Kemitraan usaha merupakan jalinan kerjasama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah atau besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh perusahaan besar, sehingga saling memerlukan, menguntungkan dan memperkuat. Dengan demikian kegiatan usaha ekonomi kreatif pada wilayah Gresik Kota, Para pengusaha ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik mayoritas tidak bermitra dengan lembaga dan memilih untuk mengembangkan produksi sendiri.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

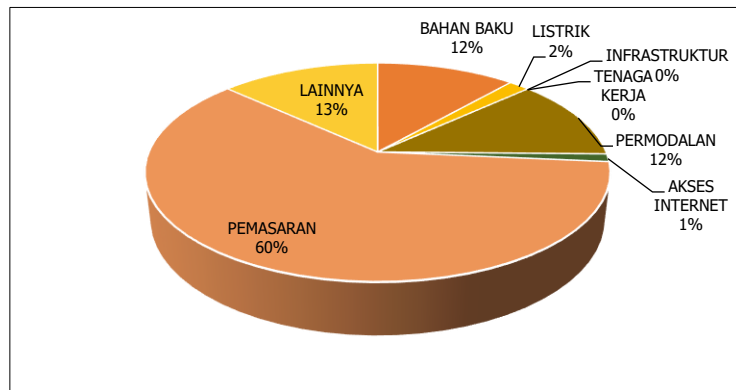
Gambar 5. 16 Jumlah Lembaga Kemitraan Yang Bekerja Sama Dengan Pengusaha Ekonomi Kreatif

Berdasarkan grafik diatas, sebanyak 42 pengusaha ekonomi kreatif memiliki kerja sama dengan kemitraan usaha lainnya seperti pemerintah daerah/dinas, BUMN/BUMD, yayasan/LSM dan perusahaan swasta. Sedangkan 107 pengusaha tidak menjalin kerja sama mitra usaha yang diantaranya beralasan usahnya berskala usaha mikro, maka tidak memiliki kerjasama dengan mitra usaha.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

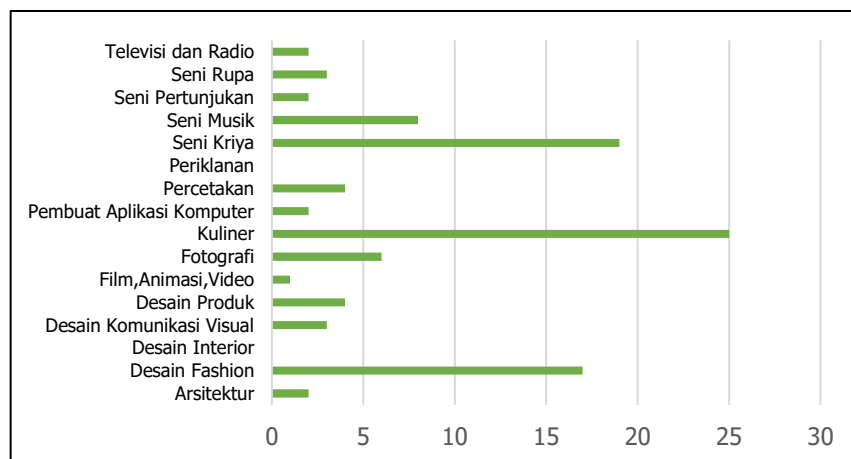
5.5 KENDALA DAN KEBUTUHAN PELATIHAN



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 17 Kendala Usaha Pengusaha Ekonomi Kreatif

Menjalankan usaha dalam proses mencapai kesuksesan akan menghadapi banyak tantangan dan masalah. Terkadang ada saatnya naik dan saatnya turun. Berdasarkan survei usaha ekonomi kreatif di Gresik Kota, para pengusaha ekonomi kreatif mengalami kendala pada persoalan pemasaran produk atau jasa yang diperjual belikan, sedangkan listrik dan infrastruktur tidak menjadi persoalan dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi kreatif di wilayah Kabupaten Gresik Khususnya Gresik Kota.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

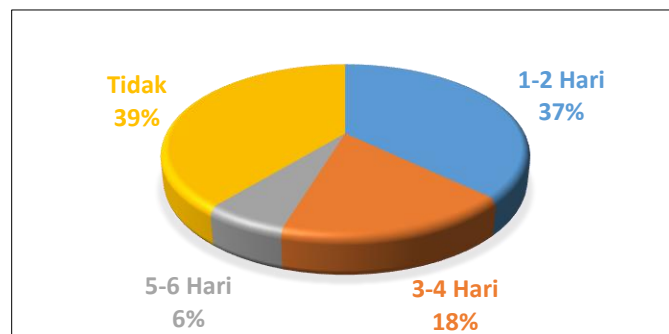
Gambar 5. 18 Pengusaha Ekonomi Kreatif yang Membutuhkan Pelatihan

Dengan adanya kendala yang dialami para pengusaha ekonomi kreatif, banyak pengusaha yang akan bertahan dan menghadapi masalah tersebut dan mencari solusi, ada juga yang memutuskan untuk berhenti atau



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

beralih ke bisnis lainnya. Dalam hal ini, pengusaha ekonomi kreatif di Gresik Kota pada saat survei diberi pertanyaan dan sebanyak 98 responden membutuhkan pelatihan dalam meningkatkan kegiatan ekonomi kreatifnya yang sedang dijalankan. Sebanyak 16 sektor ekonomi kreatif yang memilih membutuhkan pelatihan untuk meningkatkan kegiatan usahanya, untuk sektor arsitek sebanyak 2 pengusaha, sektor desain fashion 17 pengusaha, sektor komunikasi visual sebanyak 3 pengusaha, sektor desain produk sebanyak 4 pengusaha, sektor film, animasi, video sebanyak 1 pengusaha, sektor fotografi sebanyak 6 pengusaha, sektor kuliner 25 pengusaha, sektor pembuat aplikasi computer sebanyak 2 pengusaha, sektor percetakan 4 pengusaha, sektor seni kriya 19 pengusaha, sektor seni music sebanyak 8 pengusaha, sektor seni pertunjukan 2 pengusaha, sektor seni rupa 3 pengusaha, dan sektor televisi dan radio 2 pengusaha.



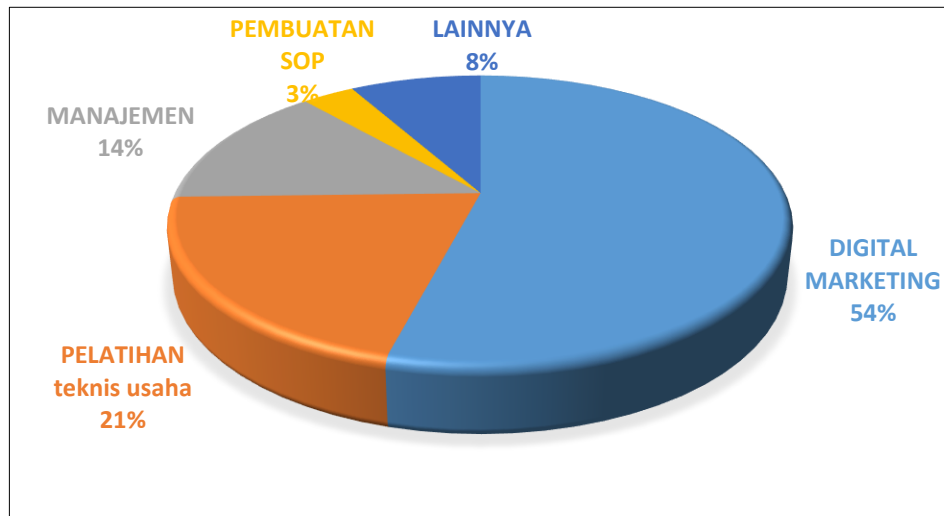
Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 19 Waktu yang dibutuhkan Untuk Pelatihan

Para pengusaha ekonomi kreatif yang membutuhkan pelatihan sebanyak 37% dari 98 pengusaha memilih 1-2 hari untuk pelaksanaannya. Sedangkan 39% merupakan pengusaha ekonomi kreatif yang tidak membutuhkan pelatihan, 6% memilih 5-6 hari waktu yang dibutuhkan untuk pelatihan dan 18% pengusaha dapat meluangkan waktu untuk pelatihan sekitar 3-4 hari.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

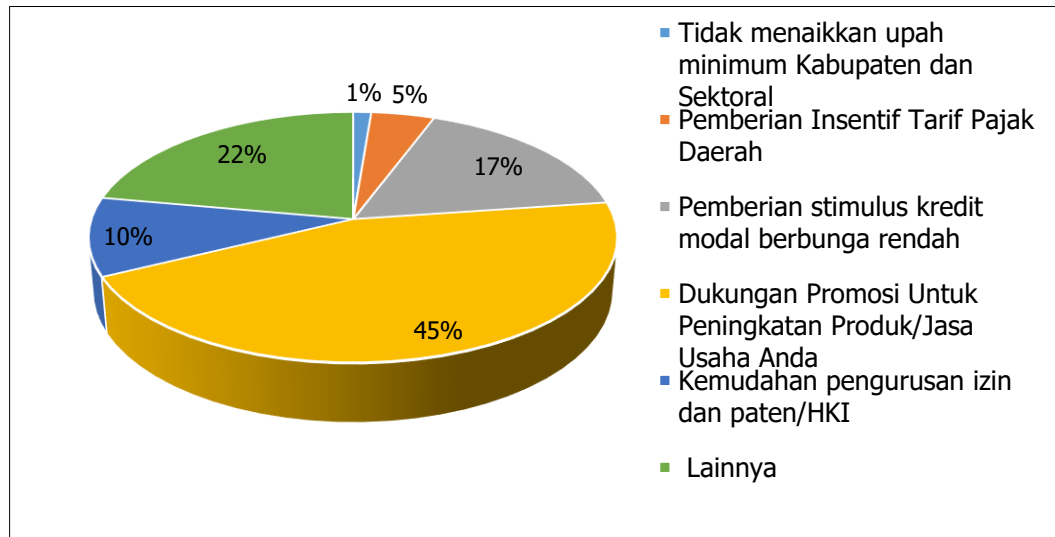
Gambar 5. 20 Jenis Pelatihan yang dibutuhkan

Selain itu, jenis pelatihan yang dipilih untuk diadakannya pelatihan untuk para pengusaha mayoritas menjawab pelatihan tentang digital marketing sebanyak 54%. Sedangkan untuk sisanya, sebanyak 21% membutuhkan pelatihan berupa teknis usaha, 14% tentang pelatihan manajemen usaha, 3% terkait pelatihan SOP dan 8% terkait pelatihan lainnya selain yang disebutkan pada gambar 5.20. Dikarenakan mayoritas usaha berskala mikro dan hanya sekitaran Gresik Kota yang mengetahuinya, diharapkan dengan adanya pelatihan ini akan bermanfaat dan berdampak untuk meningkatkan kegiatan usaha ekonomi kreatif ini.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

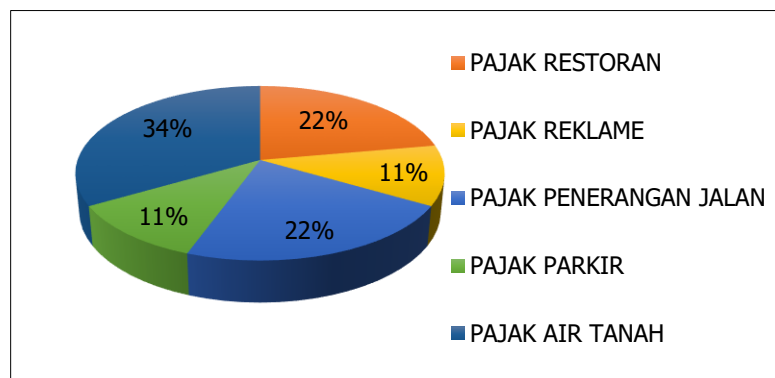
5.6 HARAPAN PENGUSAHA KEDEPAN



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

Gambar 5. 21 Support Pemerintah yang di Butuhkan

Para pengusaha ekonomi kreatif di Kawasan Gresik Kota, memiliki harapan kepada pemerintah agar kedepannya dalam proses bisnis berlangsung berkembang. 45% para pengusaha ekonomi kreatif berharap support pemerintah dalam bentuk dukungan promosi untuk peningkatan produk atau jasa usaha ekonomi kreatif yang sedang di jalankan. Dan 1% memilih *support* pemerintah dalam bentuk tidak menaikkan UMR Kabupaten.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022

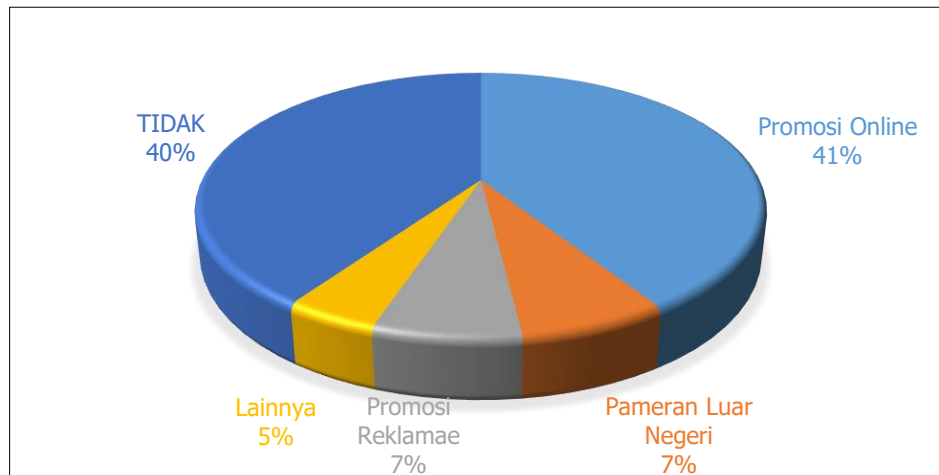
Gambar 5. 22 Insentif Pajak yang dibutuhkan

Berdasarkan survei ekonomi kreatif yang dilakukan di wilayah Gresik Kota kepada para pengusaha, 16 sektor ekonomi kreatif dan sebanyak



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

5,66% membutuhkan bantuan pemberian insentif tarif pajak daerah. 22% bantuan pada pajak restoran, 11% bantuan pajak reklame, 22% pajak penerangan jalan, 11% bantuan pada pajak parkir, dan 34% bantuan untuk pajak air tanah.



Sumber : Survei Ekraf Kab Gresik, 2022
Gambar 5. 23 Promosi yang diharapkan



5.7 RENCANA PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KAWASAN GRESIK KOTA

Berdasarkan dokumen RPJMD Kabupaten Gresik tahun 2021-2026, Pemkab Gresik memasukkan pengembangan sektor ekonomi kreatif (ekraf) pada program prioritas Nawakarsa Kabupaten Gresik. Didalam prioritas Nawakarsa, sektor ekonomi kreatif masuk didalam Gresik Lestari dan Gema Karya. Didalam program prioritas Gresik lestari, diharapkan kegiatan ekonomi kreatif ini dapat mendukung program revitalisasi Gresik kota tua (Bandar Gresik). Sedangkan untuk program prioritas Gema Karya, sektor ekonomi kreatif masuk kedalam Gresik Komik dan Gresik Jagoan untuk pengembangan sektor ini kedepan.

Strategi pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Gresik disusun untuk mencapai tujuan meningkatnya kapasitas usaha pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik. Harapannya, selain meningkatkan omzet penjualan juga secara kelembagaan organisasi bisa lebih tertata dengan baik. Selain itu, strategi ini juga menjadi panduan para OPD untuk menyelesaikan hambatan-hambatan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik. Arah kebijakan ditetapkan untuk agar menjadi petunjuk, pegangan, pedoman dalam penyusunan program dan kegiatan. Berikut strategi dan arah kebijakan pengembangan sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik :

5.7.1 Strategi dan Arah Kebijakan Bidang Sumber Daya Manusia

1. Penguatan kompetensi SDM Pemerintah Kabupaten Gresik dalam pemahaman tentang Ekonomi Kreatif melalui peningkatan kapasitas dan kapabilitas aparatur, dengan arah kebijakan :
 - a. Meningkatkan pemahaman ekonomi kreatif untuk perangkat daerah yang terkait (Dinas, Kecamatan, Kelurahan dan Desa);



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

- b. Peningkatan jumlah apratur yang khusus menangani pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik.
2. Melakukan peningkatan kapasitas pelaku ekonomi kreatif terhadap pengelolaan usaha ekonomi kreatif, dengan arah kebijakan :
 - a. Meningkatkan pengetahuan tentang perdagangan online, pengemasan dan proses produksi dari usaha ekonomi kreatif;
 - b. Pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan dan rencana bisnis dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif;
 - c. Pendampingan insentif para pelaku usaha ekonomi kreatif untuk *scale-up* agar mampu bersaing di pasar.

5.7.2 Strategi dan Arah Kebijakan Bidang Kelembagaan

1. Melakukan sosialisasi dan pendampingan antara pemerintah daerah dan pelaku usaha, dengan arah kebijakan : mendorong seluruh pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik memiliki Nomer Induk Berusaha (NIB) dan Nomer Pokok Wajib Pajak (NPWP) untuk seluruh usaha.
2. Memfasilitasi kecukupan permodalan bagi usaha ekonomi kreatif dengan arah kebijakan meningkatkan akses kredit ke usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik.
3. Memfasilitasi usaha ekonomi kreatif di setiap tempat wisata dan event wisata yang diselenggarakan di Kabupaten Gresik.
4. Memfasilitasi untuk pengajuan beberapa produk usaha sektor ekonomi kreatif menjadi warisan budaya tak benda.
5. Penyediaan infrastruktur ekonomi kreatif dengan arah kebijakan : membentuk komite ekonomi kreatif daerah dan mengembangkan sarana-prasarana.
6. Memfasilitasi pengembangan riset dan pembangunan melalui fasilitasi *open data* serta *link and match*



5.7.3 Strategi dan Arah Kebijakan Bidang Produksi Ekonomi Kreatif

Mendorong produk ekonomi kreatif berkualitas berstandar nasional dan internasional dengan arah kebijakan :

- a. Meningkatkan kualitas tenaga kerja ekonomi kreatif yang terampil;
- b. Mendorong pemanfaatan teknologi tepat guna bagi para pelaku usaha ekonomi kreatif;
- c. Melakukan fasilitasi kekayaan intelektual pelaku usaha ekonomi kreatif;
- d. Melakukan perlindungan hasil kreativitas pelaku usaha ekonomi kreatif.

5.7.4 Indikasi Program dan Kegiatan

Program pengembangan ekonomi kreatif disusun berdasarkan strategi dan arah kebijakan yang telah ditetapkan. Program terdiri dari satu atau lebih kegiatan yang menghasilkan output-output yang akan menghasilkan bersama-sama outcome yang ingin dicapai. Program dan kegiatan dilaksanakan dalam jangka waktu 5 tahun (2022-2027). Berikut indentifikasi program dan kegiatan dari setiap arah kebijakan sesuai bidang.

Program dan Kegiatan Bidang Sumber Daya Manusia

1. Kebijakan meningkatkan pemahaman Ekonomi Kreatif untuk Perangkat Daerah terkait (Dinas, Kecamatan, Kelurahan dan Desa) dengan program :
 - a. Program peningkatan kapabilitas aparatur, dengan kegiatan :
Pelatihan peningkatan kapasitas aparatur Kecamatan, Kelurahan dan Desa;



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

- b. Kebijakan Peningkatan jumlah aparatur yang khusus menangani pengembangan ekonomi kreatif, dengan program: Rekrutmen tenaga pendamping *up scaling* usaha ekonomi kreatif
2. Kebijakan meningkatkan kapasitas pelaku ekonomi kreatif terhadap pengelolaan usaha ekonomi kreatif, dengan program :
 - a. Pelatihan pelaku usaha ekonomi kreatif terkait dengan pemasaran online, pengemasan produk, perencanaan bisnis dan pembuatan laporan keuangan;
 - b. Pendampingan pelaku usaha ekonomi kreatif terkait dengan pemasaran online, pengemasan produk, perencanaan bisnis dan pembuatan laporan keuangan;
 - c. Memfasilitasi pemasaran melalui media online dan offline
 - d. Program pendampingan inkubator pelaku usaha ekonomi kreatif (Gresik Jagoan & Gresik Komik), pendampingan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif (*start-up*) dengan memberikan pendampingan manajemen dan ruang kerja.

Program dan Kegiatan Bidang Kelembagaan

1. Program sosialisasi kelembagaan usaha ekonomi kreatif :
 - a. Kampanye melalui media dan offline terkait dengan pengurusan NIB dan NPWP;
 - b. Fasilitasi Penyelenggaraan *Link and Match* antara pelaku usaha ekonomi kreatif dan mitra usaha lain.
2. Kebijakan peningkatan akses kredit ke usaha ekonomi kreatif dengan program sebagai berikut :
 - a. Sosialisasi pendanaan yang disediakan oleh pemerintah terhadap pelaku usaha ekonomi kreatif;
 - b. Sosialisasi dan kerjasama dengan lembaga keuangan (Perbankan, Perbarindo, Askindo, dan OJK) serta pihak swasta lainnya.



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

3. Kebijakan fasilitasi usaha ekonomi di tempat pariwisata dan event-event pariwisata dan kebudayaan dengan kegiatan :
 - a. Memfasilitasi MOU antara Pemerintah daerah dengan pemerintah desa dan pihak swasta yang mengelola tempat wisata;
 - b. Penyediaan pojok galeri ekonomi kreatif di lokasi-lokasi wisata yang ada di Kabupaten Gresik.
 - c. Menyelenggarakan event-event rutin terkait pariwisata dan kebudayaan.
4. Kebijakan pembangunan infrastruktur ekonomi kreatif dengan program sebagai berikut :
 - a. Pembentukan komite ekonomi kreatif yang terwakili unsur *triple-helix*;
 - b. Pembangunan kawasan-kawasan sentra ekonomi kreatif di Kabupaten Gresik;
 - c. Peningkatan kerjasama dengan pihak swasta/operator untuk pembangunan jaringan telekomunikasi di kawasan sentra ekonomi kreatif yang belum terlayani;
5. Kebijakan pengembangan riset dan pembangunan usaha ekonomi kreatif dengan program sebagai berikut :
 - a. Fasilitasi penyelenggaraan dan kerjasama terkait dengan riset dan pengembangan usaha ekonomi kreatif;
 - b. Pembuatan portal satu data usaha ekonomi kreatif yang bersifat open data.
 - c. Penyusunan prosedur operasi dan regulasi umum terkait standar penyimpanan data konsumen
 - d. Kerjasama dengan kampus dan pihak swasta dalam meningkatkan usaha ekonomi kreatif

Program dan Kegiatan Kebijakan Bidang Produksi Ekonomi Kreatif



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

1. Kebijakan meningkatkan kualitas tenaga kerja terampil, dengan program:
 - a. Memfasilitasi kerjasama dengan Badan Sertifikasi Nasional untuk mensertifikasi tenaga kerja terampil;
 - b. Sertifikasi standarisasi tenaga kerja terampil ekonomi kreatif.
2. Kebijakan mendorong penggunaan teknologi tepat guna, dengan program:
 - a. Modernisasi peralatan produksi ekonomi kreatif dengan hibah/pinjaman/subsidi;
 - b. Memfasilitasi standarisasi produk usaha ekonomi kreatif;
 - c. Membangun jaringan informasi bahan baku.
3. Kebijakan fasilitasi kekayaan intelektual pelaku usaha ekonomi kreatif, dengan program :
 - a. Melakukan sosialisasi pentingnya kekayaan intelektual untuk produk dan jasa ekonomi kreatif;
 - b. Fasilitasi kekayaan intelektual para pelaku usaha ekonomi kreatif.
4. Kebijakan perlindungan hasil kreativitas pelaku usaha ekonomi kreatif, dengan program :
 - a. Pengawasan dan pendeteksian/pencegahan pelanggaran hak cipta hasil kreatifitas pada pelaku usaha ekonomi kreatif;
 - b. Pendataan peraturan yang ada terkait dengan perlindungan konsumen, dan keamanan siber;
 - c. Sosialisasi pemanfaatan system pembayaran untuk transaksi perdagangan berbasis elektronik.



BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi dan analisis diketahui bahwa terdapat potensi industri kreatif yang cukup besar di Kabupaten Gresik khususnya di wilayah Kecamatan Gresik, Kecamatan Kebomas, dan Kecamatan Mayar. Maka kesimpulan yang didapat dari kajian ini adalah sebagai berikut :

1. Diestimasikan Bahwa PDRB Sektor Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Gresik, Manyar dan Kebomas Sebesar **57.216.151.600 (Lima Puluh Tujuh Milliar Dua Ratus Enam Belas Juta Seratus Lima Puluh Satu Enam Ratus);**
2. Bahwa Sub-Sektor Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Gresik, Manyar dan Kebomas Didominasi Oleh Sektor Kuliner;
3. Diestimasikan Bahwa Sektor Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Gresik, Manyar dan Kebomas Menyerap Tenaga Kerja Sebanyak **892** Tenaga Kerja;
4. **Sektor Kuliner, Feshion dan Kriya** Merupakan Sektor Yang Paling Besar Berkontribusi Terhadap Perekonomian Ekraf di Wilayah Gresik Kota;
5. Lebih Dari **50%** Usaha Ekonomi Kreatif Masih Belum memiliki Badan Usaha yang Formal;
6. Lebih Dari **50%** Usaha Ekonomi Kreatif Masih Belum memiliki Laporan Keuangan;
7. Lebih Dari **50%** Usaha Ekonomi Kreatif Masih Memiliki Mindset Bahwa Hutang Usaha Adalah Buruk;



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

8. Lebih Dari **50%** Usaha Ekonomi Kreatif Belum Menjaln Kemitraan Usaha.

6.2 SARAN KEBIJAKAN

Berdasarkan hasil identifikasi dan analisis diketahui bahwa terdapat potensi industri kreatif yang cukup besar di Kabupaten Gresik khususnya di wilayah Kecamatan Gresik, Kecamatan Kebomas, dan Kecamatan Mayar. Maka saran kebijakan yang didapat dari kajian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemkab Gresik Bisa Mulai Melakukan Bantuan Untuk Memberikan Asistensi Pengurusan Hak Cipta Dari Usaha Ekonomi Kreatif.
2. Pemkab Gresik Bisa Mendaftarkan Kuliner Kabupaten Gresik Sebagai Warisan Budaya Tak Benda.
3. Pemkab Gresik Bisa Memberikan Bimtek Untuk Pembuatan Laporan Keuangan Bagi Usaha Ekonomi Kreatif.
4. Pemkab Gresik Bisa Mulai Untuk Melakukan Pelatihan dan Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif.



DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 3 Tahun 2020 tentang pengembangan ekonomi kreatif

Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar nomor 2 tahun 2021 tentang pengembangan ekonomi kreatif

Howkins, John. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*.

Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.

Siagian, Valentine, dkk. 2020. *Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.

Ratnawati, Shinta. (2018). *Ekonomi Kreatif dan Kaizen*. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Vol 1 No 2.

Pradana, Herry A. (2018). *Peranan Sektor Ekonomi Kreatif pada Pertumbuhan Ekonomi dan Ketenagakerjaan di Kalimantan Selatan*. Jurnal Kebijakan Pembangunan, Vol 13 No 1.

BPS Kabupaten Gresik tahun 2021

Syahputra, Rinaldi. *Jurnal Samudra Ekonomika: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*. Vol 1 NO 2. Hal 183-191

Bank Indonesia. *Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Timur Februari 2021*

Data Dinamis Perekonomian Jawa Timur-Mei 2021. Pemerintah Provinsi Jawa Timur

Berita Resmi Statistika: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2021-Badan Pusat Statistika .7 Februari 2022

Jawapos.com. 6 Januari 2022. <https://www.jawapos.com/jpg-today/06/01/2022/realisasi-pendapatan-apbd-jatim-2021-tertinggi-nasional/>



LAMPIRAN I. FOTO LAPANGAN



1. Hasan Art Gallery
Alamat : Jalan Abdul Karim
Gg.15/5
Kecamatan Gresik



2. UD. Izzoku
Alamat : Jalan Dr. Soetomo
no 01 RT 02 RW 05
Kecamatan Gresik



3. Otak-otak Bandeng Bu Zenny
Alamat: Jalan Akim Kayat No
35 Pekauman Tlogobendung
Kecamatan Gresik



4. Toko Busana Istanbul
Alamat: Jalan Kalimantan
No.108
Kecamatan Manyar



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota



5. Cafe & Resto Mustikarasa
Alamat: Jalan Tridarma
Kecamatan Manyar



6. Sarung Desa Wedani
Alamat: Desa Wedani
Kecamatan Cerme



7. PT. Cipta Giri Sentosa / Gols
Alamat: Jalan Sambas No.24
GKB
Kecamatan manyar



8. Gapuro Mas
Alamat: Jalan Pahlawan Gg 7
Kecamatan Gresik



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

LAPORAN AKHIR



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

LAMPIRAN II. KUISIONER

Tujuan dan Sasaran

1. Mengumpulkan data statistik yang tepat waktu untuk pemetaan usaha Ek. Kreatif di Kab Gresik
2. Menyajikan informasi terkait kondisi terkini dan potensi usaha Ek Kreatif di Kab Gresik Sebagai Bahan Kebijakan Pengembangan Ek Kreatif

**PEWAWANCARA
PEMERIKSA**

RAHASIA



Dasar Hukum

Pelaksanaan kegiatan ini berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dan Undang-Undang Nomor 16 tahun 1997 tentang statistik.

Kerahasiaan

Kerahasiaan data yang diberikan dijamin Undang-Undang Nomor 16 tahun 1997 tentang statistik, pasal 27.

.....
.....

SURVEI PENDATAAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN GRESIK TAHUN 2022 SEKSI : PW, PUE, UEK, KIK, HPK

RESPONDEN

KODE

NAMA PERUSAHAAN/USAHA :

SEKSI PW : PROFIL WILAYAH SURVEI

PW01. Nama Usaha/Perusahaan :

PW02. Alamat Lengkap :

PW03. Kecamatan :

PW04. Desa/Kelurahan :

RT :

RW :

KODE POS :



SEKSI PUE : PROFIL USAHA EKONOMI KREATIF

Nama, Alamat, dan Pengusaha/Penanggung Jawab Usaha/Perusahaan

PUE01. a. Nama Responden:

b. Alamat Responden :

c. Nomor Telp/HP :

d. Jenis Kelamin : 1. Laki-laki 3. Perempuan

e. Tahun kelahiran :

f. Pendidikan formal terakhir yang ditamatkan :

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| 1. Tidak/belum sekolah | 5. Akademi D1, D2, D3 |
| 2. SD/MI/ sederajat | 6. S1, S2, S3 |
| 3. SMP/MTs/ sederajat | 7. Lainnya, sebutkan |
| 4. SMA/SMK/MA/ sederajat | |

PUE02. a. Nama Pemilik/Penanggung Jawab Usaha

b. Nomor Telp/HP :

c. Jenis Kelamin : 1. Laki-laki 3. Perempuan

PUE05. Pertama kali usaha ini mulai beroperasi : bulan
tahun

PUE06. Apakah usaha memiliki laporan/catatan keuangan terstandar ?

☐ 1. Ya ☐ 3. Tidak

PUE07. a. Rata-rata jumlah hari kerja per minggu : hari

b. Rata-rata jam kerja per hari : jam

PUE08. Status Tempat Usaha :

- | | |
|--------------------------------------|-----------------|
| 1. Milik sendiri bersertifikat | 3. Sewa/Kontrak |
| 2. Milik sendiri tidak bersertifikat | 4. Lainnya..... |

PUE09. Apakah usaha menerima pesanan atau melakukan penjualan barang/jasa melalui internet dari 1 Januari 2020 hingga saat ini ?

1. Ya 3. Tidak

PUE10. Apakah ada transaksi penjualan barang/jasa melalui internet sebelum 1 Januari 2020 ? 1. Ya 3. Tidak



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

PUE03. a. Jenis Badan Hukum Usaha Yang Dimiliki Saat Ini

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. PT/PT Perseroan/Perum | ☐ 6. Ijin khusus |
| ☐ 2. CV | ☐ 7. Perwakilan perusahaan |
| ☐ 3. Firma/lembaga asing | ☐ 8. Tidak berbadan usaha |
| ☐ 4. Koperasi/Dana pensiun | |
| ☐ 5. Yayasan | |

PUE04. Jenis kegiatan utama Ekonomi Kreatif :

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| 1. Pengembang Permainan | 9. Film, Animasi dan Video |
| 2. Seni Kriya | 10. Fotografi |
| 3. Desain Interior | 11. Seni Pertunjukan |
| 4. Seni Musik Komputer | 12. Pembuat Aplikasi |
| 5. Seni Rupa | 13. Arsitektur |
| 6. Desain Produk | 14. Periklanan |
| 7. Desain Fesyen | 15. Desain Komunikasi Visual |
| 8. Kuliner | 16. Televisi dan Radio |

PUE11. Apakah usaha ini memiliki website :

1. Ya, tuliskan nama website..... 3. Tidak

PUE12. Apakah usaha ini memiliki cabang di lokasi lain :

1. Ada, di Wilayah Gresik Saja 2. Ada, di Wilayah Jawa Timur
3. Ada, di Luar Jawa Timur 4. Tidak ada

PUE13. Apakah Jenis Perijinan Yang Dimiliki Usaha Ini (boleh lebih dari satu):

- | | |
|---|------------------------------|
| 1. Ijin mendirikan bangunan IMB | 5. SK. Kemenkumham |
| 2. Nomer Induk Berusaha (NIB) | 6. NPWP |
| 3. Izin Industri Rumah Tangga (PIRT) lainnya..... | 7. Izin |
| 4. Standard Nasional Indonesia (SNI) usaha | 8. Belum memiliki ijin usaha |



SEKSI UEK : USAHA EKONOMI KREATIF

PETUNJUK RINGKAS

Data yang dilaporkan mencakup kegiatan dari tanggal 1 Januari s.d 31 Desember 2021. Data yang berupa nilai hendaknya dituliskan dalam ribuan rupiah dengan pembulatan karena ribuan rupiah (000) sudah dicetak. Contoh : upah/gaji pekerja produksi selama tahun 2020 adalah Rp. 100.000.850,00 maka pengisian pertanyaan noL adalah sebagai berikut :

	Pekerja Produksi
a. upah/gaji	100,001 .000

UEK01. Nilai rata-rata omzet/pendapatan utama dan pendapatan lainnya per bulan (ribuan rupiah)

Rp.....

UEK02. Apakah ada produksi yang diekspor baik diekspor sendiri atau pihak lain ? 1. Ya 3. Tidak → lanjut ke UEK03

UEK02a. Berapa persentase produksi yang diekspor :
1. 10-30 persen 2. 31-50 Persen 3. 51-80 Persen
4. 81-100 Persen

UEK03. Tentang Ketenagakerjaan

a. Banyaknya rata-rata pekerja/karyawan rata-rata per hari kerja

baik pekerja yang dibayar maupun tidak dibayar selama tahun

2021.

Jenis Kelamin pekerjaan	Pekerja					Jumla h
	Produksi		Lainnya		Tidak dibay ar	
	Lok al	Asin g	Lok al	Asin g		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. Laki-laki						
2. Perempuan						
Jumlah						

Tidak termasuk :

- ✓ Orang yang dibayar hanya berdasarkan komisi
- ✓ Orang yang bekerja sendiri seperti konsultan dan kontraktor
- ✓ Pegawai yang bekerja bukan di sektor ek. kreatif seperti pegawai unit perkebunan, pegawai unit

LAPORAN AKHIR



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik Di Kawasan Gresik Kota

	pertambahan, dll b. Pengeluaran untuk pekerja/karyawan dibayar selama tahun 2021 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 40%;">Jenis Pengeluaran</th> <th style="width: 20%;">Pekerja Produksi (Rp)</th> <th style="width: 20%;">Pekerja Lainnya (Rp)</th> </tr> <tr> <th>(1)</th> <th>(2)</th> <th>(3)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Upah/gaji</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Upah lembur</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Hadiah/bonus, dan sejenisnya</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>d. Iuran pensiun, tunjangan sosial, asuransi dan tunjangan kesehatan</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>e. Tunjangan kecelakaan</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Jumlah</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Jenis Pengeluaran	Pekerja Produksi (Rp)	Pekerja Lainnya (Rp)	(1)	(2)	(3)	a. Upah/gaji			b. Upah lembur			c. Hadiah/bonus, dan sejenisnya			d. Iuran pensiun, tunjangan sosial, asuransi dan tunjangan kesehatan			e. Tunjangan kecelakaan			Jumlah		
Jenis Pengeluaran	Pekerja Produksi (Rp)	Pekerja Lainnya (Rp)																							
(1)	(2)	(3)																							
a. Upah/gaji																									
b. Upah lembur																									
c. Hadiah/bonus, dan sejenisnya																									
d. Iuran pensiun, tunjangan sosial, asuransi dan tunjangan kesehatan																									
e. Tunjangan kecelakaan																									
Jumlah																									
SEKSI UEK : USAHA EKONOMI KREATIF																									
UEK04. Biaya Produksi <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Rincian</td> <td style="width: 10%;">2020</td> <td style="width: 10%;">2021</td> </tr> </table>	Rincian	2020	2021	UEK06. Komposisi Permodalan <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Rincian</td> <td style="width: 10%;">2020</td> <td style="width: 10%;">2021</td> </tr> </table>	Rincian	2020	2021																		
Rincian	2020	2021																							
Rincian	2020	2021																							

LAPORAN AKHIR



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

	1	2	
1. Pembelian bahan pendukung utama terkait dengan kegiatan usaha			UEK07. Jika rincian UEK06.3 pinjaman bank kolom (1) atau (2) terisi maka : a. Berapa tenor kredit yang diambil : 1. < 1 Tahun 2. 1-3 Tahun 3. > 3 Tahun s.d ≤ 5 Tahun 4. >5 Tahun b. Jenis kredit apa yang diambil : 1. Kredit usaha rakyat (KUR) 2. Kredit Perumahan Rakyat (KPR) 3. Kredit modal kerja 4, Kredit Lainnya..... UEK08. Saudara mendapatkan kredit di bank mana : 1. BRI 2. Mandiri 3. BNI 4. BCA 5. Gresik 6. Jatim 7. BSI 8. Lainnya..... UEK09. Jika rincian UEK06, pertanyaan nomor 3 tidak terisi, alasan utama tidak meminjam dari bank : 1. Tidak tahu caranya 2. Persyaratannya sulit 3. Suku bunga
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
2. Penggunaan bahan bakar dan minyak Pelumas			
3. Biaya administrasi kantor (alat tulis, listrik, air bersih, telepon, pulsa internet dll)			
4. Sewa gedung/Bangunan			
5. Sewa kendaraan, mesin dan peralatan usaha			
6. Biaya inovasi			
7. Biaya pemeliharaan & perbaikan kecil barang modal untuk perusahaan/usaha			
8. Biaya pemasaran (iklan dan promosi)			

LAPORAN AKHIR



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

9. Biaya kursus dan training karyawan			tinggi 4. Tidak ada agunan 5. Usulan ditolak 6. Tidak berminat 7. Lainnya.....
10. Jasa Industri yang dikerjakan pihak lain			
11. Biaya transportasi			
12. Bunga/Imbal jasa yang harus dibayar			
13. Biaya-biaya lain-lain			
Jumlah biaya produksi (1 s.d. 18)			
UEK05. Metode pembayaran apa yang paling sering digunakan (bisa pilih lebih dari 1) 1. Pembayaran tunai 2. Pembayaran transfer 3. Pembayaran kartu 4. E-Wallet (Ovo, GoPay, Dana dll) 5. Lainnya.....			
SEKSI KIK : KENDALA, INOVASI DAN KEMITRAAN USAHA			
KIK01. Apakah selama tahun 2020 -2021 perusahaan melakukan Pengembangan inovasi ? 1. Ya 3. Tidak → Lanjut ke KIK05		KIK05. Apakah perusahaan memiliki ? 1. Hak Cipta 2. Paten 3. Desain Industri 4. Merek 5. Belum ada	
KIK02. Inovasi apa yang dikembangkan ?(bisapilih lebih dari 1) 1. Inovasi produk dengan memodifikasi produk yang berbeda dari sebelumnya		KIK06. Kendala yang dihadapi oleh usaha ini selama setahun lalu (bisa pilih lebih dari 1) 1. Bahan baku 2. Listrik 3.	

LAPORAN AKHIR



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

2. Metode produksi barang/jasa baru yang berbeda signifikan dari sebelumnya 3. Metode pemasaran/penjualan baru yang berbeda signifikan dari sebelumnya 4. Penggunaan sistem informasi dan komunikasi baru 5. Administrasi dan manajemen baru yang berbeda signifikan dari sebelumnya 6. Pengembangan produk/proses bisnis baru yang berbeda signifikan dari sebelumnya KIK03. Siapakah yang mengembangkan inovasi tersebut ? 1. Usaha Ini Sendiri 2. Pihak lain (beli <i>license, franchise</i>) 3. Usaha ini bekerjasama dengan pihak lain KIK04. Apa manfaat yang didapatkan oleh usaha ini dari inovasi selama tahun 2020-2021 ? 1. Pendapatan meningkat 2. Menghemat biaya produksi 3. Meningkatkan daya saing 4. Meningkatkan pelayanan 5. Belum tahu 6. Lainnya.....	Infrastruktur 4. Tenaga kerja 5. Permodalan/likuiditas 6. Akses internet 7. Pemasaran 8. Lainnya..... KIK07. Jenis kemitraan yang pernah dilakukan oleh usaha selama setahun lalu : 1. Inti-plasma 2. Sub-Kontrak 3. Waralaba 4. Distributor 5. Bagi Hasil 6. Perdagangan umum 7. Kerja sama operasional 8. <i>Joint Venture</i> 9. Belum pernah → Lanjut ke HPK01 KIK08. Badan/lembaga yang pernah menjalin kemitraan selama setahun lalu : 1. Pemerintah daerah/dinas 2. BUMN/BUMD 3. Yayasan/LSM 4. Perusahaan Swasta 5. Lainnya..... KIK09. Apakah ada perjanjian tertulis dalam menjalin kemitraan 1. Ya 3. Tidak KIK10. Jenis pelayanan/bantuan yang pernah diterima usaha/perusahaan dari mitra selama setahun lalu ? 1. Permodalan Tunai 2. Barang Modal/Peralatan 3. Pemasaran 4. Bahan Baku 5. Lainnya..... 6. Belum pernah
SEKSI HPK : HARAPAN PENGUSAHA KEDEPAN	
HPK01 : Hal utama apa yang bisa disupport oleh Pemerintah Kabupaten Gresik Untuk membantu pengembangan usaha	HPK03. Dukungan promosi seperti apa yang saudara harapkan ?

LAPORAN AKHIR



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

saudara ?

1. Tidak menaikkan upah minimum Kabupaten dan Sektoral
2. Pemberian Insentif Tarif Pajak Daerah → **HPK02**
3. Pemberian stimulus kredit modal bunga rendah
4. Dukungan Promosi Untuk Peningkatan Produk/Jasa Usaha Anda → **HPK03**
5. Kemudahan pengurusan izin dan paten/HKI
6. Lainnya.....

HPK02. Insentif Pajak yang mana yang saudara butuhkan ? **2**

Jawaban Max

1. Pajak Hotel 2. Pajak Restoran 3. Pajak Hiburan 4. Pajak Reklame
5. Pajak Penerangan Jalan 6. Pajak Parkir 7. Pajak Air Tanah

1. Promosi online 2. Pameran luar negeri 3. Promosi Reklame
4. Lainnya.....

HPK04. Apakah saudara membutuhkan bantuan pelatihan ?

1. Ya 3. Tidak → Selesai

HPK05 Pelatihan seperti apa yang saudara inginkan ? **2**

Jawaban Max

1. Digital Marketing 2. Pelatihan teknis usaha 3. Manajemen keuangan
4. Pembuatan SOP 5. Lainnya

HPK06 Berapa hari maksimal yang bisa saudara luangkan untuk mendapatkan pelatihan intensif ?

1. 1-2 hari 2. 3-4 hari 3. 5-6 hari

CATATAN PEWAWANCARA :

	WAWANCARA	
	TANGGAL :	TGL / BULAN / TAHUN
	JAM MULAI :	JAM / MENIT
	JAM BERAKHIR :	JAM / MENIT

LAPORAN AKHIR



Kajian Identifikasi Dan Pengembangan Ekonomi
Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten
Gresik Di Kawasan Gresik Kota

FP3. KODE HASIL WAWANCARA	FP4. KODE ALASAN UNTUK JAWABAN "2" / "3" PADA FP3	FP5. PEMERIKSAAN OLEH PEMERIKSA	FP6. PEMANTAUAN OLEH PENGAWAS
1. Selesai → FP5 2. Selesai Sebagian 3. Tidak Selesai	1. Responden tidak di tempat/bepergian 2. Responden sibuk 3. Responden menolak	1. Data dientri, tanpa kesalahan 2. Data dientri, dan dikoreksi 3. Edit manual tanpa CAFE 4. Data dientri, tanpa dikoreksi:	Ya Tidak a. Diobservasi 1 3 b. Diperiksa 1 3 c. Diverifikasi 1 3

VALIDASI

NOTE: JANGAN LUPA UNTUK BERFOTO BERSAMA RESPONDEN, BACKGROUND LOKASI WAWANCARA

01. Tanggal Pemeriksaan

02. Tanda Tangan

PENGAWAS

SURVEYOR

RESPONDEN (DISERTAI CAP PERUSAHAAN)



KABUPATEN GRESIK

Kajian Identifikasi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokasi Kabupaten Gresik di Kawasan Gresik Kota