

# KATA PENGANTAR

Berkat rahmat Allah SWT dan didorong oleh motivasi yang sungguh-sungguh, akhirnya Laporan Akhir **Kajian Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak** Tahun Anggaran 2017 dapat diselesaikan. Pekerjaan **Kajian Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak** diselenggarakan oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Pontianak bekerjasama dengan PT. AVISTA PLANOTAMA KONSULTAN selaku Pelaksana Pekerjaan.

Laporan Akhir ini merupakan laporan kedua sekaligus terakhir, yang terdiri dari 8 (delapan) bab, yaitu: Bab 1 Pendahuluan, Bab 2 Metodologi, Bab 3 Landasan Teori, Bab 4 Gambaran Umum Wilayah, Bab 5 Profil Ekonomi Kreatif Kota Pontianak, Bab 6 Potensi, Masalah, Peluang dan Ancaman Ekonomi Kreatif Kota Pontianak, Bab 7 Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif, dan Bab 8 Penutup.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang ikut berpartisipasi dan mendorong penyelesaian penyusunan laporan ini, dan mohon maaf jika laporan ini masih banyak kekurangannya. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak.

Pontianak, Juni 2017

**PT. AVISTA PLANOTAMA KONSULTAN**

**ZULHAM EFFENDI, ST, MM**

Direktur Utama

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>i</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>ii</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>I-1</b>
1.1 Latar Belakang .....	I-1
1.2 Maksud dan Tujuan .....	I-5
1.3 Fungsi Kajian .....	I-6
1.4 Ruang Lingkup .....	I-6
1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah .....	I-6
1.4.2 Ruang Lingkup Substansial .....	I-6
1.5 Keluaran .....	I-7
1.6 Sistematika Laporan .....	I-7
<b>BAB IV METODOLOGI .....</b>	<b>II-1</b>
4.1 Proses Pengkajian .....	II-1
4.2 Metode Pengumpulan Data Dan Informasi .....	II-2
4.3 Metode Analisis .....	II-3
<b>BAB III LANDASAN TEORI .....</b>	<b>III-1</b>
3.1 Riwayat Ekonomi Kreatif .....	III-1
3.2 Pengertian Ekonomi Kreatif Dan Industri Kreatif .....	III-4
3.1 Model Pengembangan Ekonomi Kreatif .....	III-7

	Halaman
3.2 Aktor Utama Dan Faktor Penggerak Pengembangan Ekonomi Kreatif .....	III-10
3.3 Rantai Nilai Pada Industri Kreatif .....	III-14
3.4 Subsektor Industri Kreatif .....	III-16
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH .....</b>	<b>IV-1</b>
4.1 Keadaan Geografi dan Iklim .....	IV-1
4.1.1 Letak Geografi .....	IV-1
4.1.2 Keadaan Iklim.....	IV-5
4.2 Penduduk Dan Ketenagakerjaan.....	IV-5
4.2.1 Penduduk.....	IV-5
4.2.2 Ketenagakerjaan.....	IV-12
4.3 Perindustrian .....	IV-14
<b>BAB V PROFIL EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK .....</b>	<b>V-1</b>
5.1 Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional .....	V-1
5.2 Kebijakan Terkait Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Pontianak.....	V-4
5.3 Profil Ekonomi Kreatif Di Kota Pontianak Berdasarkan Subsektor.....	V-5
5.3.1 Subsektor Aplikasi Dan Game.....	V-7
5.3.2 Subsektor Arsitektur .....	V-9
5.3.3 Subsektor Desain Interior .....	V-10
5.3.4 Subsektor Desain Komunikasi Visual .....	V-11
5.3.5 Subsektor Desain Produk.....	V-12
5.3.6 Subsektor Fashion.....	V-13
5.3.7 Subsektor Film, Perfilm, Animasi Dan Video.....	V-15
5.3.8 Subsektor Fotografi .....	V-16
5.3.9 Subsektor Kriya .....	V-17

	Halaman
5.3.10 Kuliner .....	V-18
5.3.11 Musik .....	V-19
5.3.12 Penerbitan .....	V-20
5.3.13 Periklanan .....	V-21
5.3.14 Seni Pertunjukan.....	V-22
5.3.15 Seni Rupa .....	V-24
5.3.16 Televisi Dan Radio .....	V-25
5.4 Program Kegiatan Yang Berbasis Komunitas Ekraf Di Kota Pontianak.....	V-26
5.4.1 Pontianak Berkreasi .....	V-26
5.4.2 Pameran Ekonomi Kreatif .....	V-28
5.4.3 Festival Pasar Rakyat .....	V-29
5.5 Kajian Subsektor Unggulan Ekraf Di Kota Pontianak .....	V-33
5.6 Program P2WKSS Kota Pontianak.....	V-33

<b>BAB VI</b>	<b>POTENSI, MASALAH, PELUANG DAN ANCAMAN EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK .....</b>	<b>VI-1</b>
6.1	Potensi Ekonomi Kreatif Kota Pontianak.....	VI-1
6.2	Permasalahan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak .....	VI-2
6.3	Peluang Ekonomi Kreatif Kota Pontianak .....	VI-5
6.4	Ancaman Ekonomi Kreatif Kota Pontianak .....	VI-7
<b>BAB VII</b>	<b>KEBIJAKAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF .....</b>	<b>VII-1</b>
7.1	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berdasarkan Analisis SWOT .....	VII-1
7.2	Arah Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak	VII-10
7.3	Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak Tahun 2018-2022.....	VII-15

	Halaman
7.4 Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Pontianak Yang Sinergi Dengan Program P2WKSS.....	VII-26
7.5 Metode Kerja Mensinergikan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak Dengan Program P2WKSS.....	VII-30
<b>BAB VIII PENUTUP.....</b>	<b>VIII-1</b>
8.1 Kesimpulan .....	VIII-1
8.2 Rekomendasi.....	VIII-3



# DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Luas Wilayah Kota Pontianak berdasarkan Kecamatan....IV-2
Tabel 4.2	Persebaran Sungai dan Parit di Kota Pontianak .....IV-2
Tabel 4.3	Jumlah Penduduk Kota Pontianak Tahun 2011-2015.....IV-6
Tabel 4.4	Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Pontianak Tahun 2015 .....IV-7
Tabel 4.5	Jumlah Penduduk dan Laju Petumbuhan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Pontianak, Tahun 1990, 2000, 2010, dan 2014.....IV-7
Tabel 4.6	Penduduk Kota Pontianak Menurut Kecamatan, Jenis Kelamin dan Sex Ratio Tahun 2015.....IV-8
Tabel 4.7	Penduduk Kota Pontianak Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Pontianak Tahun 2015.....IV-10
Tabel 4.8	Persentase Penduduk Usia Sekolah Menurut Jenis Kelamin di Kota Pontianak Tahun 2015.....IV-11
Tabel 4.9	Persentase Penduduk Berumur 10 Tahun Ke Atas Menurut Pendidikan Yang Ditamatkan Kota Pontianak 2015 .....IV-12
Tabel 4.10	Penduduk 15 Tahun ke Atas Menurut Jenis Kegiatan Utama di Kota Pontianak Tahun 2015.....IV-13
Tabel 4.11	Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas Menurut Jenis Kegiatan Utama dan Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan di Kota Pontianak Tahun 2015.....IV-14
Tabel 4.12	Jumlah Industri Besar dan Sedang Manufaktur Menurut Kecamatan di Kota Pontianak Tahun 2015 .....IV-15

	Halaman
Tabel 4.13	Jumlah Industri Besar dan Sedang Manufaktur Menurut Kode Industri di Kota Pontianak Tahun 2014-2015..... IV-15
Tabel 4.14	Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang Manufaktur Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Pontianak Tahun 2013-2015..... IV-15
Tabel 4.15	Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang Manufaktur Menurut Kecamatan dan Jenis Pekerjaannya di Kota Pontianak Tahun 2013-2015 ..... IV-15
Tabel 5.1	Potensi Ekonomi Kreatif Berdasarkan Jumlah Pelaku dan Subsektor di Kota Pontianak..... V-6
Tabel 6.1	Permasalahan Industri Kreatif..... VI-4
Tabel 7.1	Analisis SWOT (IFAS) Pengembangan Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak ..... VII-3
Tabel 7.2	Analisis SWOT (EFAS) Pengembangan Lingkungan Permukiman Kecamatan Muara Pawan ..... VII-5
Tabel 7.3	Matriks Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif ..... VII-8
Tabel 7.4	Matrik Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak Tahun 2018-2022..... VII-17
Tabel 7.5	Matrik Pentahapan Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak..... VII-23

# DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Posisi Kawasan Dalam Metode SWOT .....II-5
Gambar 4.1	Peta Administrasi Kota Pontianak .....IV-4
Gambar 4.2	Piramida Penduduk Kota Pontianak Tahun 2015.....IV-9
Gambar 5.1	Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap Perekonomian Nasional ..... V-2
Gambar 5.2	Agenda Nasional Pembangunan Ekraf ..... V-3
Gambar 5.3	Aplikasi “Angkuts” ..... V-8
Gambar 5.4	Gambar Desain Arsitektur Bangunan Ruko ..... V-9
Gambar 5.5	Gambar Desain Arsitektur Bangunan Rumah Tinggal 1 lantai (kiri), 2 lantai (kanan) ..... V-10
Gambar 5.6	Gambar Desain Inteior Ruangan Rumah Tinggal ..... V-11
Gambar 5.7	Gambar Desain Produk Baju Kaos..... V-12
Gambar 5.8	“Teras Lawar” merupakan Subsektor Fashion Ekraf di Kota Pontianak ..... V-14
Gambar 5.9	Gambar Video Produksi Ekraf Lokal ..... V-16
Gambar 5.10	Hasil Foto dari Fotografer Pontianak ..... V-17
Gambar 5.11	Pokok Telok sebagai Salah Satu Hasil Kriya Ekraf Kota Pontianak ..... V-18
Gambar 5.12	“Parklife” sebagai Tempat Wisata Kuliner Sebagai Subsektor Kuliner Ekraf dengan Konsepnya yang Unik.. V-19
Gambar 5.13	Puck Mude, Salah Satu Subsektor Musik yang Ada di Kota Pontianak ..... V-20
Gambar 5.14	BIAS, Salah Satu Subsektor Penerbitan yang Ada di Kota Pontianak ..... V-21
Gambar 5.15	Salah Satu Iklan yang Tampil di Beberapa Mediatron di Sudut Kota Pontianak sebagai Subsektor Periklanan V-22

	Halaman
Gambar 5.16	Pertunjukan Musikalisasi Puisi dan Teater sebagai Subsektor Seni Pertunjukan di Kota Pontianak ..... V-23
Gambar 5.17	Lukisan sebagai Subsektor Seni Rupa di Kota Pontianak..... V-24
Gambar 5.18	Pahatan sebagai Subsektor Seni Rupa di Kota Pontianak..... V-25
Gambar 5.19	Volare Menjadi Salah Satu Radio Lokal Yang Eksis Sejak Awal berkembangnya Industri Radio di Kota Pontianak dan Memiliki Penyiar-Penyiar Berkualitas dan Kreatif .... V-26
Gambar 5.20	Kegiatan Pontianak Berkreasi Bertempat di Depan Kantor Walikota Pontianak ..... V-27
Gambar 5.21	Pameran Ekonomi Kreatif Pontianak Tahun 2017 ..... V-28
Gambar 5.22	Festival Pasar Rakyat Kote Pontianak Tahun 2017..... V-29
Gambar 5.23	Dua Pasar diantara Tiga Pasar Tradisional Yang Menjadi Tempat Pelaksanaan Pasar Rakyat, Pasar Kenanga (atas), Pasar Parit Besar (Bawah) ..... V-30
Gambar 5.24	Sebagian Pertunjukan Seni Yang di Tampilkan di Pasar Rakyat Kote Pontianak Tahun 2017 ..... V-32
Gambar 7.1	Analisis SWOT Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak ..... VII-6

## 1

# PENDAHULUAN

## 1.1 LATAR BELAKANG

Pada dasarnya, hakekat pembangunan dilaksanakan untuk meningkatkan harkat dan martabat manusia, tanpa membedakan suku bangsa, agama dan jenis kelamin; hal tersebut berarti bahwa melalui pembangunan diupayakan dapat mewujudkan peningkatan kualitas hidup manusia baik laki-laki ataupun perempuan.

Sumber Daya Manusia (SDM) akan menjadi kekuatan modal dasar pembangunan, dan tentu harus disertai dengan peran serta fungsinya yang akan menentukan keberhasilan dari pembangunan tersebut. Karena potensi perempuan merupakan aset besar yang harus dapat dikembangkan untuk pembangunan, maka jika penduduk perempuan tidak diberi kesempatan untuk mengembangkan potensinya maka perempuan akan menjadi beban serta mengurangi nilai hasil pembangunan yang telah dan akan dicapai. Untuk itu optimalisasi penduduk sebagai sumber daya pembangunan harus senantiasa berupaya untuk meningkatkan kualitas hidup, baik laki-laki maupun perempuan agar berperan dalam pembangunan. Hal tersebut perlu kita pahami bersama karena negara menjamin pelaksanaan prinsip

kesamaan (equity) sesuai dengan prioritas pembangunan yang ditetapkan. Oleh karena itu pembangunan yang berperspektif gender berdasarkan pada prinsip utama kesamaan memperoleh akses, peran, kontrol dan manfaat serta kesempatan berpartisipasi dalam program pembangunan harus menjadi perhatian bersama. Dalam menyikapi hal tersebut diatas diperlukan suatu ide kreatif dalam segala aspek, begitu juga Pemerintah Kota Pontianak dalam menjalankan program dengan acuan dari Visi Misi Kota Pontianak yang diselaraskan dan disinergikan antara program yang satu dengan program yang lainnya yang ada keterkaitannya untuk mengantisipasi persaingan global yang telah terjadi pada akhir ini.

Persaingan global dan menipisnya cadangan sumber daya alam dewasa ini semakin mendorong negara-negara di dunia mencari alternatif perekonomian yang tidak bergantung pada alam, salah satu alternatif yang ditempuh adalah dengan mengalihkan pilihan pada ekonomi kreatif, yaitu perekonomian yang berbasis pada kreatifitas dan kemampuan intelektual.

Ekonomi kreatif dipahami sebagai suatu konsep yang berkembang dan menitik beratkan kreatifitas sebagai aset utama guna membangkitkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Struktur perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis sumberdaya alam (SDA) lama kelamaan menjadi berbasis sumberdaya manusia (SDM), dari era

genetik dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi serta perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif.

Menurut definisi Howkins, Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan. Kemampuan untuk mewujudkan kreativitas yang diramu dengan sense atau nilai seni, teknologi, pengetahuan dan budaya menjadi modal dasar untuk menghadapi persaingan ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang dapat mendorong perekonomian Indonesia di saat ekonomi dunia melambat. Ekonomi kreatif sangat tergantung kepada modal manusia (human capital atau intellectual capital, ada juga yang menyebutnya creative capital). Ekonomi kreatif membutuhkan sumber daya manusia yang kreatif, mampu melahirkan berbagai ide dan menterjemahkannya ke dalam bentuk barang dan jasa yang bernilai ekonomi. Proses produksinya bisa saja mengikuti kaidah ekonomi industri, tetapi proses ide awalnya adalah kreativitas.

Di Indonesia, ekonomi kreatif mulai muncul dan mendapatkan perhatian dari pemerintah pada era pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) tahun 2006 dengan diluncurkannya program Indonesia Design Power di jajaran Departemen Perdagangan RI, suatu program pemerintah yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dari produk-produk Indonesia di pasar domestik maupun ekspor. Program ini didukung dengan Inpres No.6/2009 sebagai penanda pencanangan Tahun Indonesia Kreatif. Pencanangan ini juga ditandai dengan penyelenggaraan pameran virus kreatif yang mencakup 14 sub-sektor industri kreatif

dan pameran pangan nusa 2009 mencakup kreativitas industri pangan Indonesia oleh UKM.

Pembangunan sektor ekonomi kreatif ini terus dilanjutkan hingga pada pemerintahan Presiden Joko Widodo dimana sektor ekonomi kreatif ini masuk dalam sembilan program nyata Joko Widodo-Jusuf Kalla yaitu mendorong, memperkuat dan mempromosikan industri kreatif dan digital, sebagai upaya mempercepat laju pertumbuhan ekonomi disamping itu program ini juga bertujuan untuk menurunkan tingkat pengangguran dengan menciptakan 10 juta lapangan kerja baru selama lima tahun. Dukungan dari pemerintah terhadap ekonomi kreatif terus berlanjut, ditandai dengan terbentuknya Badan Ekonomi Kreatif pada tahun 2015 yang merupakan lembaga pemerintahan nonkementerian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden. Badan ini memiliki tugas untuk membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengkoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif yang meliputi 16 sektor yaitu (musik, fesyen, film, animasi video, fotografi, kriya (kerajinan tangan), kuliner, aplikasi dan pengembangan game, arsitektur dan desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio).

Uraian diatas membuktikan bahwasanya pemerintah telah sadar akan potensi tersembunyi yang dihasilkan oleh ekonomi kreatif di mana ekonomi kreatif mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Untuk itu diharapkan pemerintah dapat terus melakukan pergerakan-pergerakan positif guna menyiapkan diri untuk memasuki era ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif perlu dikembangkan karena ekonomi kreatif berpotensi besar yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, berbasis pada

sumber data yang terbaru, menciptakan inovasi dan kreatif yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa dan memberikan dampak sosial yang positif.

Untuk ikut serta dalam pengembangan ekonomi kreatif dan mengupayakan suatu program terpadu P2WKSS yang memberdayakan perempuan dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga yang pada akhirnya mengurangi angka kemiskinan di Kota Pontianak serta merujuk dari salah satu misi Kota Pontianak yaitu Menciptakan Iklim Usaha yang kondusif guna memacu pertumbuhan ekonomi Kota Pontianak yang berdaya saing. Untuk itu Bappeda Kota Pontianak sebagai lembaga perencana pembangunan daerah, bertugas untuk mendukung tercapainya mekanisme koordinasi yang baik antara ketiga aktor dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui kegiatan Kajian Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak.

## 1.2 MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud dari pelaksanaan Kajian Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak adalah untuk memberikan gambaran faktual tentang perkembangan program ekonomi kreatif yang menjadi unggulan di Kota Pontianak yang disinergikan dengan program P2WKSS dalam mencari metode mendorong peningkatan ekonomi di masyarakat.

Tujuan dari pelaksanaan Kajian Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak adalah:

- a. Teridentifikasinya berbagai potensi ekonomi kreatif yang meliputi 16 sektor ekonomi kreatif yang ada di Kota Pontianak.
- b. Teridentifikasinya berbagai potensi sumber daya dan kendala yang dimiliki oleh ekonomi kreatif yang ada di Kota Pontianak.

- c. Tersusunnya gambaran lingkungan strategis internal dan eksternal dari ekonomi kreatif yang disinergikan dengan program P2WKSS di Kota Pontianak.
- d. Tersusunnya rumusan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif yang disinergikan dengan program P2WKSS secara khusus dan program sosial secara umum.
- e. Tersusunnya metode untuk mengupayakan pertumbuhan ekonomi kreatif dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

### **1.3 FUNGSI KAJIAN**

Adapun fungsi dari kajian Potensi Unggulan Ekonomi kreatif di Kota Pontianak adalah sebagai acuan penyusunan metode kerja program Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait dalam rangka mensinergikan program ekonomi kreatif dan pemberdayaan masyarakat dalam mengimplementasikan program P2WKSS dalam jangka menengah serta menjadi acuan dalam melakukan program tersebut.

### **1.4 RUANG LINGKUP**

#### **1.4.1 RUANG LINGKUP WILAYAH**

Wilayah yang dikaji meliputi seluruh wilayah kecamatan di Pemerintahan Kota Pontianak yang terdiri dari 6 Kecamatan dan 29 Kelurahan.

#### **1.4.2 RUANG LINGKUP SUBSTANSIAL**

Lingkup substansi dari rencana induk untuk menyusun metode kerja pengembangan ekonomi kreatif yang disinergikan dengan program di P2WKSS ini meliputi:

1. Menginventarisasi berbagai potensi ekonomi kreatif yang meliputi 16 sektor ekonomi kreatif yang ada di Kota Pontianak

2. Mengidentifikasi berbagai potensi sumber daya dan kendala yang dimiliki oleh ekonomi kreatif yang ada di Kota Pontianak.
3. Menyusun gambaran lingkungan strategis internal dan eksternal dari ekonomi kreatif yang disinergikan dengan program P2WKSS di Kota Pontianak.
4. Menyusun rumusan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif yang disinergikan dengan program P2WKSS secara khusus dan program sosial secara umum.
5. Menyusun metode dalam rangka upaya pertumbuhan ekonomi kreatif dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

## 1.5 KELUARAN

Output yang diharapkan jika terlaksananya kegiatan tersebut diatas, adalah:

- a. Profil potensi sumber daya dan kendala yang dimiliki oleh industri kreatif yang ada di Kota Pontianak
- b. Deskripsi lingkungan strategis internal dan eksternal ekonomi kreatif di Kota Pontianak
- c. Metode kerja untuk mensinergikan program P2WKSS dengan program ekonomi kreatif sesuai dengan kondisi Kota Pontianak.
- d. Rumusan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif yang disinergikan dengan program P2WKSS.

## 1.6 SISTEMATIKA LAPORAN

Sistematika penulisan Laporan Akhir kegiatan kajian Potensi Unggulan Ekonomi kreatif di Kota Pontianak adalah sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini akan diuraikan secara garis besar hal-hal pokok yang akan dibahas dalam kegiatan ini, yaitu meliputi latar belakang

masalah, tujuan dan sasaran, keluaran serta ruang lingkup yang meliputi ruang lingkup wilayah dan materi.

### **Bab II Metodologi**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai metodologi yang dapat membantu dalam proses kajian dan pengerjaan laporan kegiatan ini.

### **Bab III Landasan Teori**

Pada bab ini diuraikan tentang teori-teori yang menjadi landasan dalam pelaksanaan kegiatan kajian ini.

### **Bab IV Gambaran Umum Wilayah**

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum wilayah kajian terutama terkait dengan kondisi ekonomi kreatif di wilayah studi Kota Pontianak.

### **Bab V Profil Ekonomi Kreatif Kota Pontianak**

Dalam bab ini diuraikan mengenai profil ekonomi kreatif Kota Pontianak yang dibahas per subsektor. Selain itu, dalam bab ini juga di ceritakan tentang kegiatan-kegiatan ekonomi kreatif yang telah dilaksanakan di Kota Pontianak. Juga dijelaskan secara ringkas mengenai program P2WKSS yang dalam kajian menjadi program yang disenergikan dengan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Pontianak.

### **Bab VI Potensi, Masalah, Peluang, dan Ancaman Ekonomi Kreatif Kota Pontianak**

Bab ini berisikan jabaran potensi, permasalahan ekonomi kreatif di Kota Pontianak yang dilihat dari lingkungan internal. Selain itu juga jabaran peluang dan ancaman ekonomi kreatif Kota Pontianak yang dilihat dari lingkungan eksternal (luar wilayah Kota Pontianak)

### **Bab VII Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif**

Dalam bab ini disusun kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif berdasarkan hasil analisis SWOT dan juga kebijakan

dan metode yang disenergikan dengan program P2WKSS di Kota Pontianak.

#### Bab VIII Penutup

Bab penutup ini berisikan kesimpulan dari seluruh rangkaian kegiatan kajian serta penjabaran rekomendasi untuk menyempurnakan kebijakan dan strategi pengembangan ekraf yang sudah disusun pada bab sebelumnya



## 2

## METODOLOGI

### 2.1 PROSES PENGAJIAN

Secara rinci langkah-langkah teknis yang harus dilakukan dalam kajian ini antara lain:

- a. Pengumpulan data instansional (sekunder).
- b. Survey pengumpulan data/informasi lapangan (primer).
- c. Kompilasi dan analisis data/informasi (*benchmarking* data riil dan standar).
- d. Kesimpulan kajian.
- e. Penyusunan arahan dan rekomendasi.

### 2.2 METODE PENDEKATAN

Untuk mengetahui bagaimana gambaran ekonomi kreatif yang ada di Kota Pontianak, metode pemetaan yang digunakan adalah metode pemetaan sosial (*social mapping*). Dalam makalah ini pemetaan sosial (*social mapping*) didefinisikan sebagai proses penggambaran masyarakat yang sistematis serta melibatkan pengumpulan data dan informasi mengenai masyarakat termasuk di dalamnya profil dan masalah sosial yang ada pada masyarakat tersebut. Merujuk pada Netting, Kettner dan McMurtry (1993), pemetaan sosial dapat disebut juga sebagai *social profiling* atau “pembuatan profile suatu masyarakat”.

Pemetaan sosial dapat dipandang sebagai salah satu pendekatan dalam Pengembangan Masyarakat yang oleh Twelvetrees (1991:1) didefinisikan sebagai *"the process of assisting ordinary people to improve their own communities by undertaking collective actions."* Sebagai sebuah pendekatan, pemetaan sosial sangat dipengaruhi oleh ilmu penelitian sosial dan geography. Salah satu bentuk atau hasil akhir pemetaan sosial biasanya berupa suatu peta wilayah yang sudah diformat sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu image mengenai pemusatan karakteristik masyarakat atau masalah social. Dalam penelitian ini hasil akhir pemetaan ini berupa peta potensi unggulan ekonomi kreatif yang ada di Kota Pontianak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. *Desk research* yang bersumber dari instansi ataupun departemen terkait, yaitu Bidang Ekonomi Kreatif, Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Pontianak maupun literatur tentang ekonomi kreatif dengan kajian yang dilakukan.
2. Survei singkat ke ekonomi kreatif terpilih untuk mendapatkan data primer sebagai suatu kegiatan verifikasi yang didukung alat bantu wawancara terstruktur.

### **2.3 METODE PENGUMPULAN DATA DAN INFORMASI**

Pengumpulan data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan masukan bagi pekerjaan Kajian Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- o Survei Instansional, yang ditujukan untuk mendapatkan data sekunder yang dimiliki oleh instansi-instansi terkait, baik Pemerintah seperti Dinas Koperasi Usaha Mikro dan



Perdagangan, Bappeda, Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata, BPS, Kantor Kecamatan dan Kelurahan, Kelompok Usaha di sentra ekonomi kreatif dan instansi-instansi lain yang terkait.

- o Observasi Lapangan, yang berupa pengamatan atau peninjauan langsung terhadap kondisi wilayah perencanaan, terutama kunjungan langsung ke lokasi kelompok usaha.
- o Teknik Wawancara dan atau Kuesioner, umumnya teknik ini dilakukan apabila data atau informasi sebagai bahan masukan tidak terdapat dalam data sekunder. Wawancara atau interview ini biasanya dilakukan kepada pejabat atau staf instansi terkait dan tokoh masyarakat untuk mendapatkan informasi berbagai hal yang berkaitan dengan berbagai aspek perencanaan di wilayah yang bersangkutan.

## 2.4 METODE ANALISIS

### 1) Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kondisi ekonomi kreatif, yaitu untuk melihat *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (kesempatan) dan *Threaten* (ancaman), dan menginventarisasi faktor-faktor tersebut dalam strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif yang dipakai sebagai dasar untuk menentukan langkah-langkah yang diperlukan dalam pengembangan selanjutnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan tersebut adalah sebagai berikut:

- Potensi (*Strength*) : Kekuatan apa yang dapat dikembangkan agar lebih tangguh, yang berasal dari dalam wilayah itu sendiri

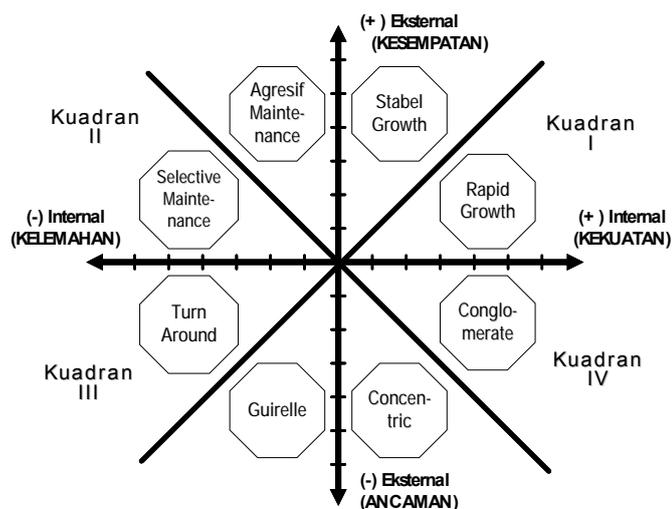
- Masalah (*Weakness*) : Segala faktor yang merupakan masalah atau kendala yang datang dari dalam wilayah atau obyek itu sendiri
- Peluang (*Opportunities*) : Kesempatan yang berasal dari luar wilayah studi sebagai akibat dari pemerintah, peraturan atau kondisi ekonomi secara global
- Ancaman (*Threaten*) : Merupakan hal yang dapat mendatangkan kerugian yang berasal dari luar wilayah atau obyek

Keempat faktor tersebut masing-masing dianalisis dari beberapa variabel yang telah dilakukan sebelumnya. Kemudian dilakukan penilaian untuk mengetahui posisi obyek pada kuadran SWOT. Dari penilaian tersebut diketahui koordinat pada sumbu X dan sumbu Y, sehingga diketahui posisinya sebagai berikut :

1. Kwadran I (*Growth*), adalah kuadran pertumbuhan dimana pada kuadran ini terdiri dari dua ruang yaitu :
  - Ruang A dengan *Rapid Growth Strategy* yaitu strategi pertumbuhan aliran cepat untuk diperlihatkan pengembangan secara maksimal untuk target tertentu dan dalam waktu singkat.
  - Ruang B dengan *Stable Growth Strategy* yaitu strategi pertumbuhan stabil dimana pengembangan dilakukan secara bertahap dan target disesuaikan dengan kondisi.
2. Kwadran II (*Stability*), adalah kuadran pertumbuhan dimana pada kuadran ini terdiri dari dua ruang yaitu :
  - Ruang C dengan *Agresif Maintenance Strategy* dimana pengelola obyek melaksanakan pengembangan secara aktif dan agresif.



- Ruang D dengan *Selective Maintenance Strategy* dimana pengelolaan obyek adalah dengan pemilihan hal-hal yang dianggap penting.
3. Kwadran III (*Survival*), adalah kwadran pertumbuhan dimana pada kwadran ini terdiri dari dua ruang yaitu :
- Ruang E dengan *Turn Around Strategy* yaitu strategi bertahan dengan cara tambal sulam untuk operasional obyek.
  - Ruang F dengan *Guirelle Strategy* yaitu strategi gerilya, sambil operasional dilakukan, diadakan pembangunan atau usaha pemecahan masalah dan ancaman.
4. Kwadran IV (*Diversification*), adalah kwadran pertumbuhan dimana pada kwadran ini terdiri dari dua ruang yaitu :
- Ruang G dengan *Concentric Strategy* yaitu strategi pengembangan obyek dilakukan secara bersamaan dalam satu naungan atau koordinator oleh satu pihak.
  - Ruang H dengan *Conglomerate Strategy* yaitu strategi pengembangan masing-masing kelompok dengan cara koordinasi tiap sektor itu sendiri.



Gambar 2.1. Posisi Kawasan Dalam Metode SWOT



## 2) Analisis Kondisi Dengan Melakukan Penilaian Mandiri

Metode yang digunakan untuk memetakan kondisi (potensi dan permasalahan) pada ekonomi kreatif yaitu dengan melakukan penilaian mandiri kota Pontianak berdasarkan aspek-aspek yang terkait dengan kegiatan ekonomi kreatif.

Dengan teridentifikasinya potensi dan permasalahan di Kota Pontianak, Pemerintah Kota Pontianak, dapat menentukan hal-hal prioritas untuk mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif. Bagi Pemerintah, pemetaan potensi dan permasalahan ini dapat menjadi potret bagi dirinya sendiri untuk membangun dan mengembangkan ekonomi kreatif serta melaksanakan pembangunan yang berkelanjutan melalui sektor ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif yang berbasis kepada modal kreativitas sumberdaya manusia, berpeluang mendorong daya saing bangsa Indonesia di masa depan. Jika sumberdaya manusia Indonesia yang jumlahnya sangat besar memiliki kemampuan untuk berkreasi untuk menciptakan inovasi dan nilai tambah, maka kreativitas tersebut akan menjadi sumberdaya terbarukan yang tidak ada habisnya.

Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasikan ulang sub-sektor industri kreatif dari 15 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor, yaitu kuliner; arsitektur; desain produk; desain interior; desain komunikasi visual; film, animasi dan video; musik; fesyen; seni pertunjukan; games dan aplikasi; kriya; radio dan televisi; seni rupa; periklanan; fotografi; serta penerbitan.



Penilaian mandiri dilakukan dengan menetapkan struktur sistem ekonomi kreatif terdiri dari elemen, dimensi dan indikator. Ketiganya dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Elemen

Indikator penilaian mandiri terdiri dari berbagai elemen yang diperlukan oleh Kota Pontianak untuk bergerak secara sistematis sebagai entitas kreatif baik berskala lokal, regional, nasional maupun global. Elemen adalah empat bagian ekonomi kreatif yang mampu menggerakkan sistem yang lebih baik yaitu:

- a. 16 subsektor ekonomi kreatif:

- 1) Aplikasi dan game
- 2) Arsitektur
- 3) Desain interior
- 4) Desain komunikasi visual
- 5) Fashion
- 6) Film, animasi, dan video
- 7) Fotografi
- 8) Kriya
- 9) Kuliner
- 10) Musik
- 11) Penerbitan
- 12) Periklanan
- 13) Seni pertunjukan
- 14) Seni rupa
- 15) Televisi dan radio

- b. 4 aktor yang bekerja secara langsung:

- 1) Pemerintah
- 2) Komunitas
- 3) Akademisi



- 4) Bisnis (pelaku bisnis)
- c. 5 tahapan proses:
  - 1) Kreasi
  - 2) Produksi
  - 3) Distribusi
  - 4) Konsumsi
  - 5) Konservasi
- d. 2 kapasitas daya ungkit:
  - 1) Keterkaitan ke depan (*forward linkage*)
  - 2) Keterkaitan ke belakang (*backward linkage*)

Beberapa kriteria yang perlu diperhatikan dalam proses penialaian mandiri kabupaten/kota kreatif melalui empat elemen penilaian di atas antara lain:

- a. Pemahaman kondisi, karakter, konteks dan identitas dasar yang menjadi modal berkembangnya langkah serta pelaku kreatif.
- b. Penetapan, strategi, prioritas, unggulan, mitra kunci, target pemasaran/peran yang dipilih sebagai visi pengembangan.
- c. Program yang disusun, disepakati, disosialisasikan dan dijalankan oleh *quadruple helix*.
- d. Sistem pemantauan yang transparan atas peningkatan kinerja ekonomi – industri kreatif di lapangan.

Disamping hal-hal positif yang secara bertahap mendukung terbangunnya sistem ekonomi-industri kreatif, maka pemantauan juga dilakukan atas praktik yang secara negatif mengancam terbentuknya sistem ekonomi-industri kreatif, yang dinilai berdasarkan bobot pengaruhnya.

- Dimensi

Dimensi merupakan faktor yang menjadi ukuran berfungsinya suatu elemen. Sistem ini menguraikan secara



rinci dan spesifik terkait dengan 16 subsektor ekonomi kreatif, aktor, proses serta daya ungkit. Uraian atas dimensi diperlukan untuk menguatkan obyektivitas penilaian-pemetaan potensi, kendala dan jejaring ekonomi kreatif di masing-masing daerah. Dimensi dari masing-masing elemen yang digunakan untuk penilaian mandiri ini dirinci sebagai berikut:

a. Dimensi Subsektor Ekonomi Kreatif

- (1) Sumberdaya manusia
- (2) Bahan baku fisik dan nonfisik
- (3) Industri
- (4) Pembiayaan
- (5) Akses dan perluasan pasar
- (6) Infrastruktur dan teknologi
- (7) Kelembagaan

b. Dimensi Aktor

- (1) Pemerintah
  - Penyediaan suprastruktur
  - Penyediaan infrastruktur
  - Kelembagaan
  - Sinergi antaraktor
- (2) Komunitas
  - Rasio komunitas
  - Umur komunitas
  - Produk
  - Afiliasi
  - Kegiatan (event)
  - Sinergi antaraktor
- (3) Akademisi
  - Akademisi
  - Perguruan tinggi



- Sinergi antaraktor

(4) Pelaku bisnis

- Rasio pelaku bisnis
- Kontribusi ekonomi
- Rasio perusahaan bisnis kreatif
- Sinergi antaraktor

c. Dimensi Proses

(1) Kreasi

- Sumber daya manusia
- Pengetahuan
- Inovasi
- Teknologi
- Infrastruktur dan keterampilan
- Pembiayaan
- Network

(2) Produksi

- Sumber daya manusia
- Bahan baku
- Standar dan sertifikasi, Pengendalian
- Teknologi dan Manajemen
- Sarana dan prasarana
- Pembiayaan
- Network
- Kemasan dan labelling

(3) Distribusi

- Sumber daya manusia
- Moda distribusi
- Delivery network
- Teknologi
- Infrastruktur
- Pembiayaan



- Network
- Pergudangan atau penyimpanan

(4) Konsumsi

- Konsumen
- Pengetahuan
- Utilitas
- Teknologi
- Infrastruktur dan sarana
- Pembiayaan
- Network
- Pemasaran

(5) Konservasi

- Sumber daya manusia
- Pengetahuan tentang konservasi
- Keberlanjutan kreasi/utilitas
- Teknologi dan pengelolaan
- Infrastruktur, sarana dan prasarana media
- Pembiayaan
- Network
- Diseminasi sebagai cikal bakal (seed) inovasi

d. Dimensi Daya Ungkit

(1) Forward linkage

- Infrastruktur
- Aktivitas/program
- Linkage system
- Sistem distribusi
- Replikasi dan duplikasi
- Inovasi
- Nilai ekonomi
- Insentif (fasilitasi dan kemudahan berusaha)

(2) Backward linkage



- Infrastruktur
  - Aktivitas/program
  - Linkage sistem
  - Sistem distribusi
  - Replikasi dan duplikasi
  - Inovasi
  - Nilai ekonomi
  - Insentif (fasilitasi dan kemudahan berusaha)
- Indikator  
Indikator adalah variabel yang dapat digunakan untuk mengevaluasi keadaan atau kemungkinan dilakukan pengukuran, terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Suatu indikator tidak selalu menjelaskan keadaan secara keseluruhan tetapi kerap kali hanya memberi petunjuk atau indikasi tentang keadaan keseluruhan tersebut sebagai suatu pendugaan. Indikator harus bersifat: sederhana, tepat waktu, terukur, bermanfaat, terpercaya.

Pada panduan penilaian mandiri Kabupaten/Kota kreatif, penilaian tersebut melalui mekanisme, diantaranya:

- a. penilaian secara mandiri (*self assessment*) para aktor ekonomi kreatif di daerah
- b. penilaian tim Assesor yang ditunjukan oleh Bekraf.

Penilaian mandiri pada kajian ini hanya sebatas pada mekanisme yang pertama, yaitu penilaian secara mandiri para aktor ekonomi kreatif di daerah.

## 3

## LANDASAN TEORI

## 3.1 RIWAYAT EKONOMI KREATIF

Ekonomi Kreatif yang dipandang sebagai sub sektor dalam kegiatan ekonomi sebenarnya belum lama muncul. Pada dekade awal 1990-an, di Australia timbul persoalan mengenai mekanisme pendanaan yang berkaitan dengan kebijakan sektor seni dan budaya, sehingga muncullah istilah ketika itu “*Creative Nation*” yang dikeluarkan Australia. Tetapi istilah ini benar-benar terangkat ketika *Department of Culture, Media, and Sport* (DCMS) United Kingdom (Inggris) mendirikan *Creative Industries Task Force* pada tahun 1997. Kemudian *DCMS Creative Industries Task Force* (1998) merumuskan definisi sebagai berikut: “*Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*”. Ruang lingkup dari industri kreatif menurut DCMS meliputi, *advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software, television and radio*. Pada waktu

berikutnya, banyak negara di dunia mengadopsi konsep Inggris ini, antara lain Norwegia, Selandia Baru, Singapura, Swedia dan tentu saja Indonesia tidak mau ketinggalan dengan istilahnya sendiri, Ekonomi Kreatif.

Latar belakang Inggris merumuskan kebijakan Industri Kreatif yang kebijakannya berada di bawah Departemen Kebudayaan, Media dan Olahraga hingga dewasa ini, ialah pada dekade 1980-an di Inggris aktivitas industri menyusut, akibatnya pengangguran di negara itu meningkat, dan dampaknya alokasi dana pemerintah untuk bidang seni berkurang. Maka ditemukanlah gagasan dan strategi kreatif yakni *culture as an industry*. Sebenarnya ini merupakan paradigma baru dalam melihat seni dan budaya dalam hubungannya dengan perekonomian suatu negara. Melalui konsep ini, seni dan budaya tidak lagi dilihat sebagai sektor-sektor yang selalu membutuhkan subsidi dari negara, malahan justru didesain untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan inovasi yang bernilai ekonomis. Sehingga pada masa itu, Tony Blair, PM Inggris, menyatakan, *"pop music exports were financially more significant to the country than the steel industry."*

Indonesia sendiri dalam pembangunan sektor ekonomi kreatif tampak sangat cepat. Bila di negara maju semacam Inggris, timbulnya industri kreatif sebagai nomenklatur baru dalam kebijakan industrial mereka, hal itu tampak sebagai suatu yang alamiah dari perspektif evolusi ekonomi. Inggris, sebagai



pelopor industri sekaligus lokus revolusi industri dunia, kini masuk pada tahap lanjut evolusi ekonomi, yaitu ekonomi berbasis ide dan kreasi. Bila disederhanakan, evolusi ekonomi dimulai dari tahap ekonomi berbasis pertanian, kemudian berkembang menjadi ekonomi berbasis industri, lalu ekonomi berbasis informasi, dan yang mutakhir ekonomi berbasis ide dan kreasi.

Kasus Indonesia dalam hal pembinaan Ekonomi Kreatif cukup menarik. Ekonomi Kreatif muncul dari atas (*from above*) melalui kebijakan negara. Tetapi bukan berarti kegiatan ekonomi kreatif baru muncul seiring dengan kebijakan pemerintah tersebut. Ekonomi Kreatif telah lama tumbuh dan berkembang di masyarakat, namun secara khusus mendapat perhatian dan pembinaan yang kuat dari pemerintah baru dimulai pada era pemerintahan SBY.

Pemerintahan SBY telah meninggalkan *legacy* yang baik terkait pengembangan dan pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia. Secara kronologis kebijakan ekonomi kreatif dimulai oleh pernyataan Presiden untuk meningkatkan industri kerajinan dan kreativitas bangsa, terselenggaranya Pekan Produk Budaya Indonesia 2007, yang berubah nama menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia 2009, terbitnya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, hingga Perpres Nomor 92 Tahun 2011 yang menjadi dasar hukum terbentuknya kementerian baru yang mengurus ekonomi kreatif, yaitu



Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Menteri-nya, Mari Elka Pangestu. Kemudian lebih lanjut terbitlah pada 2012.

### 3.2 PENGERTIAN EKONOMI KREATIF DAN INDUSTRI KREATIF

Howkins (2001) dalam bukunya *The Creative Economy* menemukan kehadiran gelombang ekonomi kreatif setelah menyadari pertama kali pada tahun 1997 ekspor karya hak cipta Amerika Serikat mempunyai nilai penjualan sebesar US\$ 414 miliar yang jauh melampaui ekspor sektor lainnya seperti otomotif, pertanian, dan pesawat. Howkins juga berpendapat ekonomi baru telah muncul seputar industri kreatif yang dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, merek, royalti dan desain. Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berdasarkan aset kreatif yang berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Claire (2009) meneliti dengan mengasumsikan sebuah eksperimen yang diberi nama "*Tacoma Experiment*". Dalam eksperimen ini direkrut 30 orang dengan latar belakang profesi dari berbagai bidang. Di antaranya adalah, dari bidang pemerintahan, pendidikan, pekerja seni, dan bidang non-profit untuk bekerja selama setahun dalam eksperimen ini. Proses proyek eksperimen ini lebih kepada bagaimana 30 orang tersebut saling menjaga komunikasi antara satu dengan lainnya sehingga tercipta hubungan yang baik antara masing-masing orang. Dengan komunikasi tersebut,



diyakini nilai kreatif seseorang akan meningkat. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian tersebut yang ingin menunjukkan, bagaimana sebuah kota dapat menyatukan orang-orang dari berbagai bidang profesi, bisnis, dan pemerintah serta sektor-sektor non-profit, dalam menciptakan ekonomi kreatif yang kuat. Inti penelitian tersebut adalah sharing atau saling bertukar ide dan informasi antar individu dapat meningkatkan nilai kreativitas seseorang.

Foord (2008) berpendapat industri kreatif dapat mendukung kluster-kluster kreatif dalam mempertemukan perusahaan publik dan swasta dengan pertumbuhan perusahaan dan sosial yang terbukti semakin populer di tingkat kota (Barcelona, London, Berlin). Namun, replikasi kluster kreatif (*media cities/digital hubs/creative hubs/fashion quarters/cultural quarters*) menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana kelebihan macam-macam perusahaan yang sama yang ditargetkan (dalam kota yang penduduknya memiliki individualistik seperti London serta antara kota-kota di skala nasional dan internasional) dan dengan harapan mungkin ekonomi kreatif dapat terus berkembang.

Muller, Rammer, dan Truby (2008) dalam penelitiannya *The Role of Creative Industries In Industrial Innovation* mengemukakan tiga peranan industri kreatif terhadap inovasi dalam ekonomi. Industri kreatif adalah sumber utama dari ide-ide inovatif potensial yang berkontribusi terhadap pembangunan produk barang dan jasa. Industri kreatif



menawarkan jasa yang dapat digunakan sebagai input dari aktivitas inovatif perusahaan dan organisasi baik yang berada di dalam lingkungan industri kreatif maupun yang berada diluar industri kreatif. Industri kreatif juga menggunakan teknologi secara intensif sehingga dapat mendorong inovasi dalam bidang teknologi tersebut. Industri kreatif digambarkan sebagai kegiatan ekonomi yang berkeyakinan penuh pada kreativitas individu.

Fylosof (2012) mengemukakan industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Dengan demikian, industri batik Indonesia yang merupakan ikon khas budaya Indonesia di kancah internasional dan merupakan industri yang dikembangkan langsung oleh masyarakat juga termasuk pada industri kreatif. Kategori kelompok industri kreatif dalam industri batik yaitu: Kerajinan, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur, dan besi. Desain, kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan. Desain 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.



### 3.3 MODEL PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

Dalam model pengembangan ekonomi kreatif terdapat 5 pilar yang perlu terus diperkuat sehingga industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang mencapai visi dan misi ekonomi kreatif Indonesia. Kelima pilar ekonomi kreatif tersebut adalah:

1. **Industry.** Industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu. Industri yang menjadi perhatian dalam pilar ini khususnya adalah industri kreatif yang akan dianalisis berdasarkan model Porter 5-forces. Analisis dengan Porter 5-forces sebagai *framework* ini dilakukan untuk mengupayakan terbentuknya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan sempurna yang mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor tersebut. Pilar Industri ini dimasukkan ke dalam model pengembangan ekonomi kreatif, berdasarkan kepada pendekatan dari Howkins (2001) yang mengatakan kreativitas saja tidak bisa dihitung. Yang bisa dihitung adalah produk kreatif. Produk kreatif adalah hasil suatu kreativitas dikalikan dengan transaksi. Ini mengindikasikan adanya faktor kreasi dan originalisasi yang memiliki potensi kapital dan/atau yang diproduksi sedemikian rupa untuk dikomersialisasikan.
2. **Technology.** Teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non material, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-

metode, atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya.<sup>16</sup> Teknologi ini akan merupakan enabler untuk mewujudkan kreativitas individu dalam karya nyata. Richard Florida (Florida, 2003) mengatakan ada tiga modul utama membangun ekonomi berbasis kreativitas yaitu (1) Talenta Sumber daya insani, (2) Teknologi, (3) dan Toleransi Sosial. Teknologi dimasukkan kedalam pilar karena fungsinya sebagai kendaraan dan perangkat (tools) bagi pengembangan landasan ilmu pengetahuan. Teknologi bisa dipakai dalam berkreasi, memproduksi, berkolaborasi, mencari informasi, distribusi dan sarana bersosialisasi.

3. **Resources.** Sumber daya yang dimaksudkan disini adalah input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, selain ide atau kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya insani yang merupakan landasan dari industri kreatif ini. Sumber daya meliputi sumber daya alam maupun ketersediaan lahan yang menjadi input penunjang dalam industri kreatif. Sumber daya material yang khas Indonesia seperti misalnya rotan adalah salah satu keunikan dari bangsa Indonesia. Intensifikasi sumber daya-sumber daya yang khas ini kedalam produk-produk fisik seperti desain, kerajinan dan fesyen memberikan identitas nasional yang dibutuhkan dalam berkompetisi dipasar global.
4. **Institution.** *Institution* dalam pilar pengembangan industri kreatif dapat didefinisikan sebagai tatanan sosial dimana termasuk di dalamnya adalah kebiasaan, norma, adat, aturan, serta hukum yang berlaku. Tatanan sosial ini bisa yang bersifat informal -seperti sistem nilai, adat istiadat, atau norma - maupun formal dalam bentuk peraturan perundang-undangan. Industri kreatif memajukan ide-ide yang dapat dieksploitasi menjadi



potensi ekonomi. Dengan demikian peranan hukum dalam memproteksi ide-ide sangat penting. Proteksi ide-ide dijalankan dengan mekanisme HKI. Namun, harus ditekankan bahwa HKI bukan poin utama dari industri kreatif, yang lebih penting adalah bagaimana insan Indonesia menggunakan proses kreatif di dalam kehidupan sehari-hari, baik secara keilmuan, industri maupun komersial. Oleh karena itu, pendaftaran HKI pada produk ada proporsi-proporsi tertentu. Regim HKI yang sekarang populer masih bernuansa kebarat-baratan yang sangat individualis. Sebisa mungkin industri kreatif di Indonesia juga mampu membangun landasan HKI yang bersifat ketimuran yang kuat, karena HKI di dunia timur banyak berupa nilai-nilai kearifan budaya lokal yang bersifat kebersamaan (*togetherness*) dan berbagi (*sharing*).

5. **Financial Intermediary.** Lembaga intermediasi keuangan adalah lembaga yang berperan menyalurkan pendanaan kepada pelaku industri yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal/ekuitas maupun pinjaman/kredit. Lembaga intermediasi keuangan merupakan salah satu elemen penting untuk untuk menjembatani kebutuhan keuangan bagi pelaku dalam industri kreatif. Industri kreatif memiliki subsektor yang banyak. Ada yang kreasinya berbentuk benda fisik, ada pula yang kreasinya berupa produk non-fisik (*intangible*). Persepsi lembaga keuangan saat ini masih tradisional, hanya mau menyalurkan pinjaman pada industri yang memiliki hasil fisik dan memiliki lahan fisik sebagai tempat berproduksi. Dengan berkembangnya teknologi ICT, saat ini banyak produk-produk non-fisikal yang memanfaatkan dunia maya (*cyberspace*) sehingga berbentuk digital. Insitansi finansial harus menciptakan perangkat finansial yang mendukung era ini. Pelaku industri

kreatif saat ini lebih banyak didominasi oleh orang-orang muda dan kadang bisnis atau industrinya masih non-formal. Namun hasil kreasi dari orang-orang muda seringkali sangat kreatif, menjadi potensi industri dan bisnis yang menguntungkan. Harus diciptakan suasana kondusif untuk memotivasi generasi muda dalam memulai bisnis dan memberi akses-akses finansial yang berpihak

### 3.4 AKTOR UTAMA DAN FAKTOR PENGGERAK PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

Bangunan industri kreatif ini dipayungi oleh hubungan antara Cendekiawan (*Intellectuals*), Bisnis (*Business*) dan pemerintah (*Government*) yang disebut sebagai sistem '*triple helix*'<sup>17</sup> yang merupakan aktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang dan bersimbiosis mutualisme antara ke-3 aktor tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model industri kreatif akan menghasilkan industri kreatif yang berdiri kokoh dan berkesinambungan.

#### A. *Intellectuals* (Cendekiawan)

Cendekiawan adalah orang-orang yang dalam perhatian utamanya mencari kepuasan dalam mengolah seni, ilmu pengetahuan atas renungan metafisika, dan bukan hendak mencari tujuan-tujuan praktis, serta para moralis yang dalam sikap pandang dan kegiatannya merupakan perlawanan terhadap realisme massa. Mereka adalah para ilmuwan, filsuf, seniman, ahli metafisika yang menemukan kepuasan dalam penerapan ilmu (bukan dalam penerapan hasil-hasilnya).

Akan tetapi, dari definisi di atas, kecendekiawanan itu juga ditentukan dari keinginan menerapkan ilmu, dan



menularkannya. Dalam konteks industri kreatif, cendekiawan mencakup budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik di lembaga-lembaga pendidikan, para pelopor di paguyuban, padepokan, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok studi dan peneliti, penulis, dan tokoh-tokoh lainnya di bidang seni, budaya (nilai, filsafat) dan ilmu pengetahuan yang terkait dengan pengembangan industri kreatif.

Nama-nama besar di dunia Barat seperti Thomas Aquinas, Roger Bacon, Galileo, Rene Descartes, Pascal, Leibniz, Kepler, Newton, Voltair dan Montesquieu, adalah sebagian yang tergolong sebagai cendekiawan. Di Indonesia terdapat beberapa nama seperti Nurcholish Madjid, Emha A. Najib, Romo Mangun, Harry Roesli, Jakob Soemardjo, Rendra, Iwan Fals, Emil Salim, Sujiwo Tedjo, Ki Manteb, dan lain-lain.

Menilik kembali landasan industri kreatif yaitu sumber daya insani (*people*), dapat dikenali bahwa salah satu anggota pekerja berstrata **inti super kreatif** adalah pekerjaan dari para cendekiawan. Cendekiawan memiliki kapasitas yang sangat besar dalam memperkuat basis-basis formal dan informal dari inovasi, dan memiliki kemampuan untuk mematangkan konsep-konsep inovasi dan juga memiliki kapasitas mendiseminasi informasi dengan jejaring di dunia internasional.

## **B. Business (Bisnis)**

Bila ditilik secara ekonomi, bisnis (disebut juga perusahaan) adalah suatu entitas organisasi yang dikenali secara legal, dan sengaja diciptakan untuk menyediakan barang-barang baik berupa produk dan jasa kepada konsumen. Bisnis pada



umumnya dimiliki oleh swasta dan dibentuk untuk menghasilkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya.

Pemilik dan operator bisnis bertujuan memperoleh keuntungan finansial sebagai hasil kerjanya dan tantangan resiko yang dihadapi. Ketataniagaan bisnis diatur oleh hukum disuatu negara dimana bisnis itu berada. Bentuk-bentuk bisnis adalah: kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi dan koperasi. Bisnis bisa berbasis manufaktur, jasa, eceran dan distribusi, pertanian, mineral, finansial, informasi, real estate, transportasi, dan *utility* seperti listrik, pengairan yang biasanya terkait dengan badan-badan pemerintahan. Di dalam organisasinya, bisnis memiliki pengelompokan pekerjaan seperti pemasaran, penjualan, produksi, teknologi informasi, riset dan pengembangan. Manajemen berfungsi menerapkan operasional yang efisien dan efektif terhadap suatu bisnis.

Pada saat-saat tertentu, bisnis juga membutuhkan modal tambahan (*capital*), yang didapat dari pinjaman bank atau pinjaman informal atau investor baru. Bisnis juga harus dilengkapi dengan proteksi agar dapat menghalangi kompetitor untuk menyaingi bisnis tersebut. Proteksi tersebut bisa dalam bentuk HKI yang terdiri dari paten, hakcipta, merek dagang dan desain. Setiap bisnis pasti memiliki nama, logo dan teknik-teknik pencitraan. Karena aspek kompetisi maka bisnis perlu mendaftarkan HKI di setiap daerah atau negara dimana terdapat kompetitor-kompetitor. Banyak negara telah menandatangani perjanjian internasional tentang HKI, dan setiap perusahaan yang terdaftar di negara-negara ini harus mentaati hukum negara yang telah terikat dengan perjanjian

internasional ini. Bisnis bisa juga dijual dan dibeli. Pemilik bisnis menyebut ini sebagai *exit-plan*. *Exit-plan* yang lazim dikenali adalah seperti IPO atau merger dan akuisisi.

### C. **Government (Pemerintah)**

Pemerintah didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara, sebagai sebuah kesatuan politik, atau aparat/alat negara yang memiliki badan yang mampu memfungsikan dan menggunakan otoritas/kekuasaan. Dengan ini, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu.

Pemerintah yang dimaksud dalam studi rencana pengembangan ekonomi kreatif ini adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Pemerintah pusat meliputi departemen-departemen dan badan-badan. Pemerintah daerah meliputi pemerintah daerah tingkat I, pemerintah daerah tingkat II, sampai kepada hirarki terendah pemerintahan daerah. Sinergi antar departemen dan badan di pemerintah pusat dan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, sangat diperlukan untuk dapat mencapai visi, misi dan sasaran pengembangan industri kreatif ini. Hal ini disebabkan karena pengembangan ekonomi kreatif bukan hanya pembangunan industri, tetapi juga meliputi pembangunan ideologi, politik, sosial dan budaya.

### 3.5 RANTAI NILAI PADA INDUSTRI KREATIF

Rantai nilai yang dimaksudkan di sini adalah rantai proses penciptaan nilai yang umumnya terjadi di industri kreatif. Pada sektor manufaktur dan industri konvensional lainnya, rantai nilai cenderung pada bagaimana mengatur input berupa akuisisi dan konsumsi produk-produk fisik (*tangible*) sebagai sumber dayanya (bahan baku). Penciptaan nilai pada industri manufaktur didasari dari standarisasi proses, produksi massal dan perulangan (*repetition*), dengan semaksimal mungkin selalu mengupayakan efisiensi dalam produksi sehingga dapat mencapai produktivitas produksi semaksimal mungkin. Hal ini tentunya akan berbeda dengan industri kreatif yang mengutamakan desain dalam penciptaan produknya dengan volume produksi terbatas, dan membutuhkan kreativitas individu sebagai input utama dalam proses penciptaan nilai.

Gambaran rantai nilai secara umum ini, mungkin saja tidak terjadi dalam seluruh proses penciptaan nilai pada industri kreatif. Oleh karena itu, rantai nilai ini nantinya, akan dijabarkan lebih mendetail pada masing-masing subsektor industri kreatif yang nantinya akan lebih menggambarkan kondisi yang lebih kontekstual pada masing-masing subsektor tersebut.

Pemahaman akan rantai penciptaan nilai di dalam industri kreatif ini, dapat membantu stakeholders industri kreatif untuk memahami posisi industri kreatif dalam rangkaian industri yang terkait dengan industri kreatif ini. Rantai nilai yang menjadi pokok perhatian dalam menentukan strategi pengembangan memiliki urutan linear sebagai berikut:

1. Kreasi/Originalitas

Kreasi adalah penciptaan dimana daya kreasi merupakan



faktor suplai/input dalam industri kreatif dengan melibatkan segala hal yang berhubungan dengan cara-cara mendapatkan input, menyimpannya dan mengolahnya. Sehingga daya kreativitas, keterampilan dan bakat, orisinalitas ide adalah faktor suplai/input yang paling penting. Dengan produk yang unik dan berbeda serta orisinal, produk tersebut mampu berkompetisi dengan produk-produk lawannya dengan lebih baik dan berpotensi menciptakan lapangan kerja serta kemakmuran bagi yang memilikinya, demikian juga kebalikannya.

Daya kreasi adalah kekuatan yang muncul dari dalam diri individu. Semua orang memiliki modal dasar yang sama, namun ada yang mengasahnya dan menjadikannya sebagai pekerjaan, ada yang hanya memanfaatkan sebagai *hobby* saja. Dewasa ini, industri berbasis kreativitas menjadi industri yang maju pesat sehingga daya kreasi tidak boleh dianggap sebagai hal remeh dan hanya menjadi sambilan belaka.

## 2. Produksi

Produksi adalah segala aktivitas yang dibutuhkan dalam mentransformasikan input menjadi output, baik berupa produk maupun jasa. Aktivitas dominan dalam produksi adalah mereplikasi maupun reproduksi. Aktivitas ini adalah proses perulangan yang memang harus terjadi, agar industri-industri kreatif menikmati penghasilan. Faktor yang bertolak belakang akan terjadi di dalam pembahasan ini, karena nilai tambah dari hasil kreasi yang orisinal berasosiasi pada produk-produk dalam jumlah terbatas, sedangkan nilai tambah produksi berasosiasi pada replikasi dan duplikasi sebanyak

mungkin sehingga biaya produksi menjadi murah. Sehingga untuk mensikapinya, harus kita lihat secara proporsional dan tergantung karakteristik produknya.

### 3. Distribusi

Distribusi adalah segala kegiatan dalam penyimpanan dan pendistribusikan output.

### 4. Komersialisasi.

Komersialisasi adalah segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk dan layanan yang disediakan, dan juga mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

- o Pemasaran: Pencitraan (*branding*), *Targeting*, *Positioning* (Hermawan K)
- o Penjualan: *Direct selling by designer/creator, by agent, by distributor, by licencor, by franchise, by manufacturer, etc*
- o Promosi: Expo, pameran, pertunjukan, eksplorasi kanal media baru.

## 3.6 SUBSEKTOR INDUSTRI KREATIF

Pengelompokan 16 subsektor industri kreatif tersebut dilakukan dengan memperhatikan **dua dimensi, yaitu: (a) substansi yang dominan** dalam subsektor industri kreatif tersebut; dan **(b) intensitas sumber daya yang dibutuhkan** pada subsektor industri kreatif tersebut, karena kedua aspek tersebut merupakan komponen utama yang menentukan perkembangan industri kreatif ini.

### 1. Substansi Dominan

Substansi dominan pada suatu subsektor industri kreatif, dapat dibedakan menjadi 4 (empat) aspek yang menjadi ciri-cirinya



yaitu:

- a. **Media.** Subsektor tersebut menghasilkan barang/jasa yang mengandalkan media yang digunakan untuk menampilkan kontennya untuk menghasilkan nilai tambah (*value-added*).
- b. **Seni dan Budaya.** Subsektor tersebut menghasilkan barang/jasa yang mengandalkan kandungan seni dan Budaya yang terdapat di dalamnya untuk menghasilkan nilai tambah (*value-added*).
- c. **Desain.** Subsektor tersebut menghasilkan barang/jasa yang mengandalkan aspek perancangan/desain untuk menghasilkan nilai tambah (*value-added*).
- d. **Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.** Subsektor tersebut menghasilkan barang/jasa mengandalkan penggunaan teknologi berbasis pengetahuan (*knowledge*) sebagai sarana penciptaannya untuk menghasilkan nilai tambah (*value-added*).

## 2. Intensitas Sumber Daya

Di dalam industri kreatif, secara general memang peran kreativitas adalah sentral sebagai sumber daya utama. Akan tetapi, memang terdapat beberapa industri yang masih sangat membutuhkan sumber daya yang bersifat fisik, berupa sumber daya alam baik sebagai bahan mentah maupun bahan baku antara bagi industri tersebut. Industri-industri seperti penerbitan dan percetakan misalkan, pada kondisi sekarang masih sangat membutuhkan kertas sebagai bahan baku utama, walaupun *trend* masa depan adalah penggunaan saluran digital untuk menyampaikan informasi. Walaupun demikian, masih sangat sulit untuk mengabaikan peran kertas -yang

bersumber dari pepohonan yang merupakan sumber daya alam- di dalam industri ini.

Industri lainnya yang memiliki kondisi yang sama -bahkan dalam hal ini peran sumber daya fisiknya tak tergantikan- adalah industri kerajinan dan industri fesyen. Industri kerajinan membutuhkan berbagai bahan baku yang berasal dari alam, misalkan kayu, rotan, plastik, batu-batuan, logam, dll. Industri fesyen mutlak memerlukan bahan baku tekstil sebagai sumber daya yang utama. Walaupun pada kedua industri tersebut trend globalnya adalah untuk meningkatkan nilai tambah dari aspek desain -bukan lagi aspek produksi/manufaktur- namun tidak bisa mengabaikan kebutuhan sumber daya berwujud fisik dalam hal ini. Industri pasar barang seni, walaupun tidak lagi melakukan kegiatan produksi, juga merupakan industri yang mengandalkan sumber daya berwujud fisik, karena produk yang dijual nampak wujud fisiknya.

Industri-industri di atas dapat dikategorikan sebagai industri yang berbasis sumber daya yang kasat mata (*tangible-based*). Sedangkan sebagian besar subsektor industri kreatif lainnya sangat minim kebutuhan sumber daya berwujud fisiknya, dan biasanya tidak dominan perannya. Industri-industri seperti permainan interaktif dan musik misalkan, mengandalkan sepenuhnya kreativitas sebagai sumber daya utama. Industri-industri ini kita kategorikan sebagai industri yang berbasis sumber daya yang tidak kasat mata (*intangible-based*).



Berdasarkan klasifikasi di atas, terdapat 6 (enam) kelompok subsektor industri kreatif:

1. Kelompok Subsektor Industri publikasi dan presentasi lewat media (*Media Publishing and Presence*) yaitu: subsektor Penerbitan-Percetakan dan subsektor Periklanan (warna oranye, 2 subsektor)
2. Kelompok Subsektor Industri dengan kandungan budaya yang disampaikan lewat media elektronik (*Electronic Media Presentation with Cultural Content*): yaitu subsektor TV dan Radio dan subsektor Film Video dan Fotografi (warna ungu, 2 subsektor)
3. Kelompok Subsektor Industri dengan kandungan budaya yang ditampilkan ke publik baik secara langsung maupun lewat media elektronik (*Cultural Presentation*) yaitu subsektor Musik dan subsektor Seni Pertunjukan (warna merah, 2 subsektor)
4. Kelompok Subsektor Industri yang padat kandungan seni dan budaya (*Arts & Culture Intensive*), yaitu subsektor Kerajinan dan subsektor Pasar barang seni (warna coklat 2 subsektor)
5. Kelompok Subsektor Industri *Design*, yaitu subsektor Desain, subsektor Fesyen dan subsektor Arsitektur (warna hijau, 3 subsektor)
6. Kelompok Subsektor Industri kreatif dengan muatan teknologi (*Creativity with Technology*): subsektor Riset dan Pengembangan, subsektor Permainan Interaktif dan subsektor Teknologi Informasi dan Jasa Perangkat Lunak (warna biru tua, 3 sektor).

Berdasarkan Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan



Ekonomi Kreatif, mengklasifikasikan ulang sub-sektor industri kreatif dari 15 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor, yaitu kuliner; arsitektur; desain produk; desain interior; desain komunikasi visual; film, animasi dan video; musik; fesyen; seni pertunjukan; games dan aplikasi; kriya; radio dan televisi; seni rupa; periklanan; fotografi; serta penerbitan.



## 4

## GAMBARAN UMUM WILAYAH

### 4.1 KEADAAN GEOGRAFI DAN IKLIM

#### 4.1.1 LETAK GEOGRAFI

Kota Pontianak merupakan ibukota Propinsi Kalimantan Barat. Luasnya 107,82 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 6 kecamatan dan 29 kelurahan. Kota Pontianak dilintasi oleh garis khatulistiwa yaitu pada 0° 02' 24" Lintang Utara sampai 0° 05' 37" Lintang Selatan dan 109° 16' 25" Bujur Timur sampai dengan 109° 23' 01" Bujur Timur. Berdasarkan garis lintang, maka Kota Pontianak dilalui garis khatulistiwa. Ketinggian Kota Pontianak berkisar antara 0.1-1,5 m diatas permukaan laut.

Wilayah Kota Pontianak secara keseluruhan berbatasan dengan wilayah Kabupaten Pontianak dan Kabupaten Kubu Raya, yaitu :

Bagian Utara	:	Kecamatan Siantan Kabupaten Pontianak
Bagian Selatan	:	Kecamatan Sungai Raya dan Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya.
Bagian Barat	:	Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya.
Bagian Timur	:	Kecamatan Sungai Raya dan Kecamatan Sungai Ambawang Kabupaten Kubu Raya.

Kecamatan di Kota Pontianak yang mempunyai wilayah terluas adalah Kecamatan Pontianak Utara (34,52 persen), diikuti oleh Kecamatan Pontianak Barat (15,25 persen), Kecamatan Pontianak Kota (14,39 persen), Kecamatan Pontianak Tenggara (13,75 persen), Kecamatan Pontianak Selatan (13,49 persen) dan Kecamatan Pontianak Timur (8,14 persen). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.1**  
**Luas Wilayah Kota Pontianak berdasarkan Kecamatan**

No	Kecamatan	Luas (Km <sup>2</sup> )	Persentase (%)
1.	Pontianak Selatan	14,54	13,49
2.	Pontianak Tenggara	14,83	13,75
3.	Pontianak Timur	8,78	8,14
4.	Pontianak Barat	16,94	15,71
5.	Pontianak Kota	15,51	14,39
6.	Pontianak Utara	37,22	34,52
<b>Kota Pontianak</b>		<b>107,82</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka 2016

Di dalam wilayah Kota Pontianak banyak terdapat sungai dan parit yang keseluruhannya berjumlah 55 sungai/parit. Sungai/parit tersebut dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat untuk keperluan sehari-hari dan sebagai penunjang sarana transportasi.

**Tabel 4.2**  
**Persebaran Sungai dan Parit di Kota Pontianak**

No	Kecamatan	Sungai/Parit	
1.	Pontianak Selatan	Parit Bansir Parit Besar	Parit Tokaya Sungai Kapuas Kecil
2.	Pontianak Tenggara	Parit Bangka Parit Haji Husin	Sungai Raya

No	Kecamatan	Sungai/Parit	
3.	Pontianak Timur	Parit Bating Parit Daeng Lasibak Parit Haji Yusuf Karim Parit Japon Parit Kongsi Parit Langgar Parit Mayor Parit Pangeran Pati Parit Semerakai Parit Tambelan	Parit Wan Bakar Kapur Parit H. Yusuf Parit Jalil Parit Norman Sungai Kapuas Besar Sungai Kapuas Kecil Sugai Landak Sungai Kapitan Sungai jenggot
4.	Pontianak Barat	Sungai Nipah Kuning Parit Sungai Jawi Parit Sungai Kapuas Sungai Kapuas Besar Parit Labala	Sungai Sero Parit Tengah Sungai Beliang Sungai Selamat
5.	Pontianak Kota	Parit Besar Parit Sungai Jawi Parit Sungai Bangkok	Parit Sungai Kakap Sungai Kapuas Besar
6.	Pontianak Utara	Parit Jawa Parit Makmur Parit Malaya Parit Nanas Parit Pangeran Parit Sungai Kunyit Parit Sungai Putat Parit Sungai Sahang Parit Sungai Selamat Parit Wan Salim	Sungai Kapuas Besar Sungai Landak Sungai Kuning Parit Pak Kacong Parit Pekong Parit Lie Parit Belanda Parit Cekwan Sungai Pandan Parit Pangeran II

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

Kondisi tanah di Kota Pontianak terdiri dari jenis tanah Organosol, Grey, Humus, dan Aluvial yang masing-masing mempunyai karakteristik yang berbeda.

Gambar 4.1  
Peta Administrasi Kota Pontianak



#### **4.1.2 KEADAAN IKLIM**

Hasil pencatatan dari Stasiun Meteorologi Maritim Pontianak menunjukkan bahwa pada tahun 2015 temperatur udara di Kota Pontianak berkisar antara 21,30° C hingga 36,8°C, sedangkan rata-rata tekanan udaranya sebesar 1.009,8 milibar.

Rata-rata kecepatan angin di Kota Pontianak berkisar antara 2,5 knot hingga 3,8 knot dengan kecepatan angin terbesar terjadi pada Bulan Januari yaitu sebesar 28 knot. Selama tahun 2015 hari hujan terbanyak terjadi pada Bulan Mei yaitu sebanyak 25 hari dengan curah hujan sebesar 436,5 mm.

### **4.2 PENDUDUK DAN KETENAGAKERJAAN**

#### **2.2.1 PENDUDUK**

Dilihat dari perkembangan selama lima tahun terakhir, yaitu pada periode 2011-2015 jumlah penduduk di Kota Pontianak setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2011 jumlah penduduk Kota Pontianak adalah 565.856 jiwa, dengan komposisi penduduk laki-laki sebesar 283.529 jiwa dan penduduk perempuan 282.327 jiwa, kemudian pada tahun 2015 menjadi 607.438 jiwa, dengan komposisi 302.711 jiwa penduduk laki-laki dan 304.727 jiwa penduduk perempuan. Dari jumlah penduduk keseluruhan tersebut dalam periode lima tahun terakhir antara tahun 2011-2015 pertumbuhan penduduk di Kota Pontianak mencapai 7,34 persen, dimana pertumbuhan penduduk laki-laki sebesar 6,77 persen dan pertumbuhan penduduk perempuan sebesar 7,93 persen.



**Tabel 4.3**  
**Jumlah Penduduk Kota Pontianak Tahun 2011-2015**

No	Tahun	Jumlah Penduduk	Laki-Laki	Perempuan
1.	2011	565.856	283.529	282.327
2.	2012	575.843	288.533	287.310
3.	2013	586.243	293.475	292.498
4.	2014	598.097	298.689	299.408
5.	2015	607.438	302.711	304.727

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

Jumlah penduduk Kota Pontianak pada tahun 2015 diperkirakan sebanyak 607.438 jiwa, dimana untuk setiap kilometer persegi wilayahnya rata-rata dihuni oleh 5.634 jiwa. Kecamatan Pontianak Timur merupakan wilayah dengan kepadatan penduduk terbesar yaitu dihuni oleh 10.276 jiwa per km<sup>2</sup>, sedangkan wilayah kecamatan yang kepadatannya paling kecil adalah Kecamatan Pontianak Utara dengan tingkat kepadatan penduduknya sebesar 3.312 jiwa per km<sup>2</sup>.

Dilihat dari jumlah penduduk per wilayah, maka Kecamatan Pontianak Barat merupakan wilayah yang paling banyak penduduknya yaitu sebanyak 134.694 jiwa atau sekitar 22,17 persen dari total penduduk Kota Pontianak. Kemudian jumlah penduduk terbanyak kedua adalah Kecamatan Pontianak Utara yaitu sebanyak 123.272 jiwa atau sekitar 20,29 persen dari total penduduk Kota Pontianak. Wilayah Kecamatan Pontianak Tenggara merupakan wilayah dengan jumlah penduduk yang paling sedikit yaitu 49.103 jiwa atau sekitar 8,08 persen dari total penduduk Kota Pontianak.



**Tabel 4.4**  
**Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Pontianak Tahun 2015**

No	Kecamatan	Luas (Km <sup>2</sup> )	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km <sup>2</sup> )
1.	Pontianak Selatan	15,14	89.594	5.918
2.	Pontianak Tenggara	14,22	49.103	3.453
3.	Pontianak Timur	8,78	90.223	10.276
4.	Pontianak Barat	16,47	134.694	8.178
5.	Pontianak Kota	15,98	120.552	7.544
6.	Pontianak Utara	37,22	123.272	3.312
<b>Kota Pontianak</b>		<b>107,81</b>	<b>607.438</b>	<b>5.634</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

Laju Pertumbuhan Penduduk di Kota Pontianak pada periode 1990-2000 adalah 0,7 persen pertahun, sedangkan untuk periode 2000-2010 meningkat menjadi sebesar 1,8 persen per tahun.

**Tabel 4.5**  
**Jumlah Penduduk dan Laju Petumbuhan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Pontianak, Tahun 1990, 2000, 2010, dan 2014**

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (jiwa)				Laju Pertumbuhan Penduduk Pertahun (%)		
		1990	2000	2010	2015	1999-2000	2000-2010	2010-2015
1.	Pontianak Selatan	80.498	78.232	81.821	89.594	-0,3	0,4	1,8
2.	Pontianak Tenggara	27.674	35.812	44.856	49.103	2,6	2,3	1,8
3.	Pontianak Timur	48.758	60.895	82.370	90.223	2,2	3,1	1,8
4.	Pontianak Barat	106.259	121.594	123.029	134.694	1,4	0,1	1,8
5.	Pontianak Kota	80.893	72.682	110.111	120.552	-1,1	4,2	1,8
6.	Pontianak Utara	87.246	95.319	112.577	123.272	0,9	1,7	1,8
<b>Kota Pontianak</b>		<b>421.328</b>	<b>464.534</b>	<b>554.764</b>	<b>607.438</b>	<b>0,7</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

Pada tiga tahun terakhir, perbandingan antara banyaknya penduduk laki-laki dan perempuan di Kota Pontianak menunjukkan jumlah yang cukup berimbang, hal ini dapat dilihat dari Sex Ratio yang rata-rata bernilai 100, ini berarti terdapat 100 penduduk laki-laki untuk 100 penduduk perempuan.

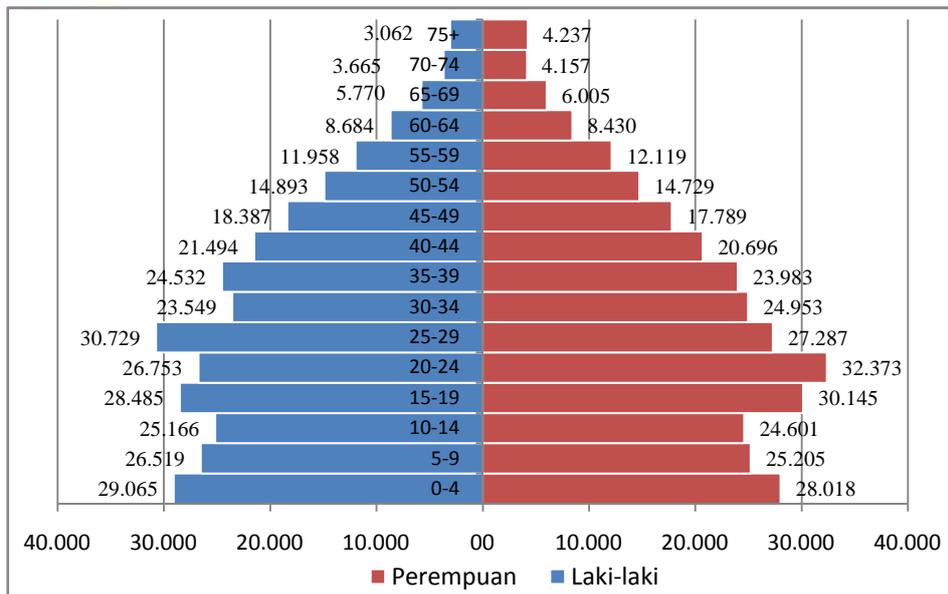
**Tabel 4.6**  
**Penduduk Kota Pontianak Menurut Kecamatan, Jenis Kelamin dan Sex Ratio Tahun 2015**

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (jiwa)			Rasio Jenis Kelamin
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah	
1.	Pontianak Selatan	44.354	45.240	89.594	98,04
2.	Pontianak Tenggara	23.902	25.201	49.103	94,85
3.	Pontianak Timur	45.190	45.033	90.223	100,35
4.	Pontianak Barat	67.252	67.442	134.694	99,72
5.	Pontianak Kota	59.709	60.843	120.552	98,14
6.	Pontianak Utara	62.304	60.968	123.272	102,19
	<b>2015</b>	<b>302.711</b>	<b>304.727</b>	<b>607.438</b>	<b>99,34</b>
	<b>2014</b>	<b>298.689</b>	<b>299.408</b>	<b>598.097</b>	<b>99,76</b>
	<b>2013</b>	<b>293.017</b>	<b>294.152</b>	<b>587.169</b>	<b>99,61</b>
	<b>2012</b>	<b>288.368</b>	<b>288.946</b>	<b>577.314</b>	<b>99,80</b>
	<b>2011</b>	<b>283.529</b>	<b>282.327</b>	<b>554.764</b>	<b>100,43</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2015

#### JUMLAH PENDUDUK MENURUT KELOMPOK UMUR

Penduduk menurut kelompok umur menggambarkan distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur. Untuk negara-negara berkembang, seperti Indonesia, penduduk cenderung banyak di usia muda dan semakin kecil seiring dengan kelompok umur di atasnya, sehingga jika digambarkan piramidanya mengikuti piramida penduduk muda yaitu semakin ke atas semakin mengerucut. Kota Pontianak, sebagai wilayah dari Indonesia, distribusi penduduk juga mengikuti kecenderungan penduduk muda. Jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur di Kota Pontianak dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.2  
Piramida Penduduk Kota Pontianak Tahun 2015

Dari gambar di atas terlihat bahwa kelompok umur produktif (usia 15-64 tahun) mendominasi jumlah penduduk Kota Pontianak, jumlahnya mencapai 421.968 jiwa atau mendekati 69 persen, kelompok umur tidak produktif yaitu kelompok 0-14 dan kelompok diatas 64 tahun berjumlah 130.749 jiwa atau sebesar 31 persen.

Beban ketergantungan penduduk tidak produktif terhadap penduduk produktif sebesar mencapai kurang dari 41 persen, artinya secara rata-rata 100 orang produktif menanggung 41 orang tidak produktif. Komposisi umur penduduk yang demikian menunjukkan bahwa Kota Pontianak sudah memasuki bonus demografi dimana angka beban ketergantungan dibawah 50, yang berarti setiap dua orang produktif menanggung satu orang usia tidak produktif.

Dari gambar terlihat bahwa bentuk beberapa batang piramida pada tiga kelompok umur yaitu usia 20-24, 25-29 dan 15-19 tahun

menonjol keluar, ini menunjukkan beberapa ciri khas tertentu kota Pontianak sebagai daerah perkotaan, pertama merupakan tujuan migrasi utama di Kalimantan Barat, sebagai ibukota Provinsi menjadi pusat kegiatan ekonomi penduduk sebagai daerah tujuan untuk memperoleh pekerjaan, terutama penduduk laki-laki, ditunjukkan pada batang piramida kelompok umur 25-29 laki-laki lebih melebar dibanding perempuan, kedua tempat tujuan penduduk usia sekolah untuk memperoleh pendidikan perguruan tinggi.

Penduduk usia 20-24 tahun adalah kelompok umur dengan jumlah terbanyak yaitu 59.126 jiwa, yang terdiri dari 26.753 jiwa untuk laki-laki dan 32.373 jiwa untuk perempuan. Kemudian, kelompok umur dengan jumlah terbanyak kedua adalah kelompok umur 15-19 tahun dengan jumlah 58.360 jiwa, kelompok umur 25-29 tahun dengan jumlah 58.016 jiwa merupakan kelompok umur terbanyak ketiga. Kemudian selanjutnya untuk kelompok umur dengan jumlah terkecil adalah kelompok umur 75 tahun ke atas dengan jumlah sebanyak 7.299 jiwa, pada kelompok umur tersebut jumlah perempuan lebih banyak yaitu lebih dari empat ribu jiwa, sementara jumlah laki-laki hanya lebih dari tiga ribu jiwa.

**Tabel 4.7**  
**Penduduk Kota Pontianak Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Pontianak Tahun 2015**

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk (jiwa)		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0 – 4	29.065	28.018	57.083
5 – 9	26.519	25.205	51.724
10 – 14	25.166	24.601	49.767
15 – 19	28.485	30.145	58.630
20 – 24	30.729	32.373	63.102
25 – 29	26.753	27.287	54.040
30 – 34	24.532	24.953	49.485
35 – 39	23.549	23.983	47.532
40 – 44	21.494	20.696	42.190
45 – 49	18.387	17.789	36.176

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk (jiwa)		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
50 – 54	14.893	14.729	29.622
55 – 59	11.958	12.119	24.077
60 – 64	8.684	8.430	17.114
65 – 69	5.770	6.005	11.775
70 – 74	3.665	4.157	7.822
75 +	3.062	4.237	7.299
<b>2015</b>	<b>302.711</b>	<b>304.727</b>	<b>607.438</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

### JUMLAH PENDUDUK MENURUT USIA SEKOLAH

Untuk penduduk usia sekolah berdasarkan jenis kelamin, pada rentang usia 5 – 6 dan 7 – 12 tahun persentase laki-laki lebih banyak dari perempuan, sedangkan pada rentang umur 13 – 15 dan 16 – 18 tahun terjadi kebalikannya, jumlah perempuan usia sekolah lebih banyak dibandingkan laki-laki.

**Tabel 4.8**  
**Persentase Penduduk Usia Sekolah Menurut Jenis Kelamin di Kota Pontianak Tahun 2015**

Usia Sekolah	Persentase Jumlah Penduduk (%)		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
5 – 6	53,44	46,56	100,00
7 – 12	47,79	52,21	100,00
13 – 15	53,35	46,65	100,00
16 – 18	48,05	51,95	100,00
<b>Jumlah</b>	<b>49,78</b>	<b>50,22</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2015

Pendidikan yang ditamatkan merupakan salah satu ukuran kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), semakin banyak penduduk yang berpendidikan tinggi menunjukkan keadaan kualitas penduduk yang semakin baik. Gerakan wajib belajar sembilan tahun menargetkan pendidikan penduduk minimal SMP sederajat, peningkatan kualitas SDM terus dilakukan mengingat masih terdapat 14,60 persen penduduk usia 10 tahun keatas yang tidak tamat SD, meskipun demikian kondisi ini lebih baik dibandingkan

tahun sebelumnya (24,52 persen). Penduduk usia 10 tahun keatas yang sudah menamatkan pendidikan SD sederajat sebesar 17,05 persen, sementara 16,27 persen sudah menamatkan pendidikan SMP sederajat.

Sebanyak 38,09 persen penduduk menamatkan pendidikan menengah atas atau SLTA sederajat, 4,85 persen penduduk yang tamat D1/D2/D3, dan 9,15 persen penduduk yang lulus D4/S1/S2/S3.

**Tabel 4.9**  
**Persentase Penduduk Berumur 10 Tahun Ke Atas Menurut Pendidikan Yang Ditamatkan Kota Pontianak 2015**

No	Tingkat Pendidikan	Persentase
1.	Tidak taman SD	14,60
2.	SD/MI	17,04
3.	SMP/MTs	16,27
4.	SLTA/MA/SMK	38,09
5.	D1/D2/D	34,85
6.	D4/S1/S2	9,15
<b>Kota Pontianak</b>		<b>100,00</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

### 2.2.2 KETENAGAKERJAAN

Penduduk usia kerja adalah penduduk yang berumur 15 tahun ke atas, terdiri dari angkatan kerja (bekerja dan pengangguran) dan bukan angkatan kerja, yaitu Sekolah, Mengurus rumah tangga dan Lainnya (pensiun, jompo, dll).

Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) mengindikasikan besarnya penduduk usia kerja yang aktif secara ekonomi di suatu wilayah. TPAK diukur sebagai persentase jumlah angkatan kerja terhadap jumlah penduduk usia kerja.

Jumlah angkatan kerja di Kota Pontianak berdasarkan hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) 2015 adalah 278.764 jiwa atau sebesar 61,89 persen dari penduduk usia kerja, dengan kata lain TPAK Kota Pontianak pada tahun 2015 adalah sebesar 61,89 persen. Berdasarkan jenis kelamin, jumlah penduduk laki-laki yang masuk ke dalam angkatan kerja sebanyak 172.160 orang (61,76 persen), dan penduduk perempuan sebanyak 106.604 orang (38,24 persen). Hal ini menunjukkan bahwa pasar kerja di Kota Pontianak relatif didominasi oleh pekerja laki-laki.

Selama tiga tahun terakhir, tingkat pengangguran di Kota Pontianak cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2015, tingkat pengangguran Kota Pontianak adalah sebesar 9,44 persen atau sekitar 26.325 orang dari 278.764 angkatan kerja. Berdasarkan tingkat pendidikan, pengangguran di Kota Pontianak didominasi oleh tamatan SLTA ke atas.

**Tabel 4.10**  
**Penduduk 15 Tahun ke Atas Menurut Jenis Kegiatan Utama di Kota Pontianak Tahun 2015**

No.	Jenis Kegiatan Utama	Jumlah Penduduk (Jiwa)		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
I	Angkatan Kerja	172.160	106.604	278.764
	Bekerja	152.652	99.787	252.439
	Pengangguran	19.508	6.817	26.325
II	Bukan Angkatan Kerja (Sekolah, Mengurus Rumah Tangga dan Lainnya)	50.541	121.087	171.628
	<b>Jumlah</b>	<b>222.701</b>	<b>227.691</b>	<b>450.392</b>
	<b>TPAK</b>	<b>77,31</b>	<b>46,82</b>	<b>61,89</b>
	<b>Tingkat Pengangguran</b>	<b>11,33</b>	<b>6,39</b>	<b>9,44</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2015

**Tabel 4.11**  
**Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas Menurut Jenis Kegiatan Utama dan Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan di Kota Pontianak Tahun 2015**

No.	Uraian	Tingkat Pendidikan					Total
		SD Kebawah	SMP Sederajat	SMK	SMA Sederajat	Perguruan Tinggi	
1	Bekerja	69.864	29.757	32.346	68.887	51.585	252.439
2	Pengangguran	8.643	3.625	3.232	7.404	3.421	26.325
3	Angkatan Kerja	78.507	33.382	35.578	76.291	55.006	278.764
4	Sekolah	5.538	27.272	2.973	16.659	808	53.250
5	Mengurus Rumah Tangga	36.531	16.420	8.102	22.541	9.462	93.056
6	Lainnya	12.596	3.021	3.296	5.154	1.255	25.322
7	Bukan Angkatan Kerja	54.665	46.713	14.371	44.354	11.525	171.628
	<b>Jumlah</b>	<b>133.172</b>	<b>80.095</b>	<b>49.949</b>	<b>120.645</b>	<b>66.531</b>	<b>450.392</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

Upah Minimum Regional (UMR) di Kota Pontianak selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014, UMR yang ditetapkan untuk Kota Pontianak adalah Rp. 1.625.000,- atau naik sebesar Rp. 200.000,- dibandingkan dengan tahun 2013. Sedangkan di tahun 2015, UMR Kota Pontianak adalah Rp. 1.600.000,- dan di tahun 2016 naik menjadi Rp. 1.816.000,- yang artinya naik sebesar Rp. 216.000,- dari tahun 2015. UMR ini merupakan suatu standar minimum yang digunakan oleh para pengusaha atau pelaku industri untuk memberikan upah kepada pegawainya.

### 4.3 PERINDUSTRIAN

Data industri Kota Pontianak yang terdapat dalam sub bab ini bersumber pada data yang dikumpulkan melalui Survei Perusahaan Industri Besar dan Sedang Tahunan Badan Pusat

Statistik, dimana kategori industri yang digunakan adalah sebagai berikut :

- o Industri Besar mempunyai tenaga kerja 100 orang atau lebih
- o Industri Sedang dengan tenaga kerja 20 – 99 orang
- o Industri Kecil dengan tenaga kerja 5 – 19 orang
- o Industri Mikro dengan tenaga kerja 1 – 4 orang

Jumlah perusahaan Industri Besar/Sedang di Kota Pontianak pada kondisi terakhir tahun 2015 adalah sebanyak 30 perusahaan, 18 perusahaan diantaranya terletak di Kecamatan Pontianak Utara, 5 perusahaan di Kecamatan Pontianak Selatan, 4 perusahaan di Kecamatan Pontianak Timur, 2 perusahaan di Kecamatan Pontianak Barat, dan 1 perusahaan di Kecamatan Pontianak Kota.

**Tabel 4.12**  
**Jumlah Industri Besar dan Sedang Manufaktur Menurut Kecamatan di Kota Pontianak Tahun 2015**

No	Kecamatan	2013	2014	2015
1.	Pontianak Selatan	4	4	5
2.	Pontianak Tenggara	0	0	0
3.	Pontianak Timur	1	3	4
4.	Pontianak Barat	3	3	2
5.	Pontianak Kota	2	2	1
6.	Pontianak Utara	15	15	18
<b>Kota Pontianak</b>		<b>25</b>	<b>27</b>	<b>30</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

**Tabel 4.13**  
**Jumlah Industri Besar dan Sedang Manufaktur Menurut Kode Industri di Kota Pontianak Tahun 2014-2015**

Kode dan Klasifikasi Industri		2014	2015
10	Industri Makanan	10	10
11	Industri Minuman		
16	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	4	4
17	Industri Kertas dan Barang dari Kertas		
18	Industri Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	3	4
22	Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	6	7

Kode dan Klasifikasi Industri		2014	2015
20	Industri Bahan Kimia dan Barang dari Bahan Kimia	4	5
23	Industri Barang Galian Bukan Logam		
25	Industri Barang Logam Bukan Mesin dan Peralatannya		
30	Industri Alat Angkutan Lainnya		
33	Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan		
<b>Jumlah</b>		<b>27</b>	<b>30</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

Tenaga kerja yang diserap oleh perusahaan Industri Besar Sedang tersebut berjumlah 2.832 orang, terdiri dari 1.855 laki-laki dan 977 perempuan.

**Tabel 4.14**  
**Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang Manufaktur Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Pontianak Tahun 2013-2015**

No	Kecamatan	2013		2014		2015	
		Lk	Pr	Lk	Pr	Lk	Pr
1.	Pontianak Selatan	105	23	99	23	71	27
2.	Pontianak Tenggara	0	0	0	0	0	0
3.	Pontianak Timur	26	3	34	42	83	46
4.	Pontianak Barat	260	22	279	23	203	19
5.	Pontianak Kota	24	17	23	22	13	13
6.	Pontianak Utara	1.311	631	1.436	823	1.459	876
<b>Kota Pontianak</b>		<b>1.726</b>	<b>696</b>	<b>1.871</b>	<b>933</b>	<b>1.829</b>	<b>981</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

**Tabel 4.15**  
**Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang Manufaktur Menurut Kecamatan dan Jenis Pekerjaannya di Kota Pontianak Tahun 2013-2015**

No	Kecamatan	2013		2014		2015	
		Pekerja Produksi	Pekerja Lainnya	Pekerja Produksi	Pekerja Lainnya	Pekerja Produksi	Pekerja Lainnya
1.	Pontianak Selatan	95	33	88	34	59	39
2.	Pontianak Tenggara	0	0	0	0	0	0
3.	Pontianak Timur	25	4	69	7	107	22
4.	Pontianak Barat	74	208	74	228	57	165
5.	Pontianak Kota	29	12	35	10	18	8
6.	Pontianak Utara	1.686	256	1.652	607	1.763	572
<b>Kota Pontianak</b>		<b>1.909</b>	<b>513</b>	<b>1.918</b>	<b>886</b>	<b>2.004</b>	<b>806</b>

Sumber : Kota Pontianak Dalam Angka Tahun 2016

## 5

# PROFIL EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK

## 5.1 KEBIJAKAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF NASIONAL

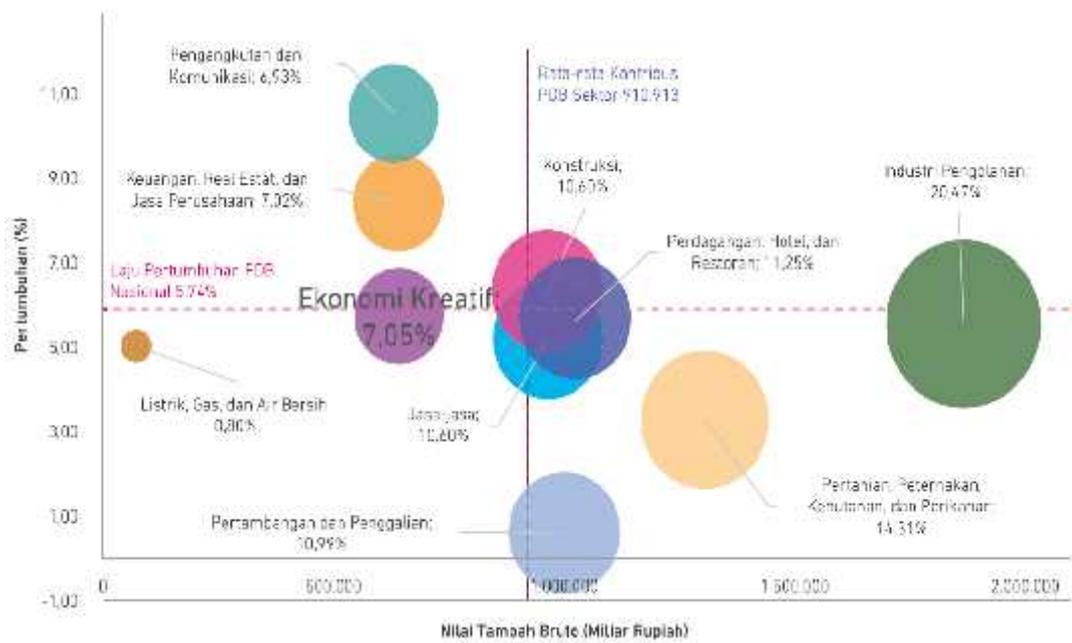
Arahan Presiden RI terkait ekonomi kreatif yaitu Ekonomi kreatif harus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Dalam Perpres No. 2 Tahun 2015 (RPJMN 2015-2019), kebijakan umum, antara lain:

1. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, antara lain melalui:
  - a. Pengembangan Ekonomi Kreatif
  - b. Peningkatan Kapasitas Inovasi dan Teknologi
2. Mengembangkan dan Memeratakan Pembangunan Daerah

Pengembangan wilayah nasional diarahkan untuk mengurangi kesenjangan antardaerah dan memajukan daerah menjadi daerah yang maju, mandiri, dan berdaya saing dengan mendorong percepatan pembangunan pusat-pusat pertumbuhan ekonomi dengan menggali potensi dan keunggulan daerah.

Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap Perekonomian Nasional pada tahun 2013 sebesar

- 5,76% ekonomi kreatif di atas rata-rata pertumbuhan nasional
- 7,05% share PDB
- 10,7% penyerapan tenaga kerja



**Gambar 5.1**  
Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap Perekonomian Nasional

## Agenda Nasional Pembangunan Ekonomi Kreatif



**Gambar 5.2**  
Agenda Nasional Pembangunan Ekraf

Dengan agenda tersebut diatas, target kontribusi ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2019, adalah:

- PDB, sebesar 12 persen
- Ekspor, sebesar 10 persen
- Tenaga kerja sebanyak 13 juta

## 5.2 KEBIJAKAN TERKAIT PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KOTA PONTIANAK

Dalam Peraturan Daerah Kota Pontianak Nomor 2 Tahun 2013 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Pontianak Tahun 2013-2033, bahwa strategi penetapan kawasan strategis dari sudut kepentingan ekonomi, sosial budaya, pendayagunaan sumber daya alam dan/atau teknologi tinggi serta fungsi dan daya dukung lingkungan hidup salah satunya dengan mengalokasikan ruang untuk kegiatan industri produk lokal untuk mendorong penguatan ekonomi kreatif.

Sedangkan, dalam penetapan rencana strategis dinas kebudayaan dan pariwisata kota pontianak tahun 2015-2019, pembangunan kebudayaan di Kota Pontianak tidak hanya bertujuan untuk melestarikan dan mengembangkan kebudayaan untuk mencapai standar tertentu, namun juga untuk memanfaatkan kekayaan khasanah seni dan budaya dalam bidang ekonomi khususnya pendukung pariwisata daerah. Kekayaan budaya merupakan potensi ekonomi kreatif yang apabila dikelola dapat menciptakan lapangan kerja, dan mengentaskan kemiskinan.

Selanjutnya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pontianak memasukan kegiatan pendataan sub sektor ekonomi kreatif dalam program pengembangan kemitraan.

Kebijakan pemerintah Kota Pontianak untuk meningkatkan pengembangan potensi seni budaya antara lain:

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM seni dan ekonomi kreatif,

2. Meningkatkan dan mengembangkan event dan promosi kebudayaan dengan pengiriman misi kesenian, pameran dan pertukaran budaya, penyediaan bahan promosi, menganalisa pasar dan melaksanakan kerjasama seni budaya dan ekonomi kreatif.

### **5.3 PROFIL EKONOMI KREATIF DI KOTA PONTIANAK BERDASARKAN SUBSEKTOR**

Perpres nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasi ulang sub-sektor industri kreatif dari 15 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor, yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fesyen; games dan aplikasi; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Difinisi ke-16 subsektor industri kreatif tersebut mengacu pada publikasi "Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025, Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Di Kota Pontianak, jumlah ekonomi kreatif yang terdata dan tercatat oleh bidang Ekonomi Kreatif, Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Pontianak adalah sebanyak 177 (seratus tujuh puluh tujuh) orang dengan jumlah yang paling banyak yaitu pada subsektor kuliner (24 orang) dan subsektor fotografi (24 orang), sedangkan yang paling sedikit yaitu pada subsektor periklanan (2 orang).



**Tabel 5.1**

Potensi Ekonomi Kreatif Berdasarkan Jumlah Pelaku dan Subsektor di Kota Pontianak

No,	Subsektor	Jumlah (orang)
1	Aplikasi dan Game	17
2	Arsitektur	5
3	Ineterior	4
4	Desain Komunikasi Visual	12
5	Desain Produk	12
6	Fashion	11
7	Film, Animasi dan Video	20
8	Fotografi	24
9	Kriya	9
10	Kuliner	24
11	Musik	4
12	Penerbitan	10
13	Periklanan	2
14	Seni Pertunjukkan	5
15	Seni Rupa	15
16	Televisi dan Radio	3
	<b>Total</b>	<b>177</b>

Sumber: Bidang Ekonomi Kreatif-Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Pontianak, 2017

Data tersebut masih bersifat sementara, dan bukan tidak mungkin jumlah yang sebenarnya lebih banyak dari yang terdata, karena masyarakat di Kota Pontianak masih belum begitu familiar dengan istilah ekonomi kreatif dan pendataan secara serius juga belum pernah dilakukan baik oleh lembaga survey maupun oleh pemerintah daerah. Oleh karena itu data-data terkait ekraf di Kota Pontianak masih sangat minim.

Untuk pelaku beberapa subsektor yang terdata sebenarnya masih ada beberapa orang yang bergerak tidak hanya di satu subsektor ekonomi kreatif, tetapi satu orang misalnya bisa bergerak di dua atau tiga subsektor ekonomi kreatif, terutama yang bsubsektornya hampir mirip seperti arsitektur-interior, desain produk-desain komunikasi visual, fotografi-film/perfilman/animasi/video, percetakan-penerbitan.

### 5.3.1 SUBSEKTOR APLIKASI DAN GAME

Subsektor aplikasi dan game adalah suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*).

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor aplikasi dan game di Kota Pontianak terbilang cukup banyak jumlahnya, yaitu 17 (tujuh belas) orang. Jumlah tersebut menjadikan subsektor ini menempati urutan ketiga dari segi jumlah pelakunya.

Ada beberapa aplikasi *startup* buatan lokal pemuda Pontianak, misalnya **angkuts** dan **bujangkurir**. Tampilan aplikasinya sudah sangat menarik dengan ciri khasnya masing-masing. Namun jika dibandingkan dengan *startup* tingkat nasional seperti gojek dan sejenisnya masih belum bisa disamakan karena belum banyak optionnya atau masih terbatas.





**Gambar 5.3**  
Aplikasi “Angkuts”

### 5.3.2 SUBSEKTOR ARSITEKTUR

Subsektor arsitektur adalah wujud hasil penerapan pengetahuan, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia, sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor arsitektur di Kota Pontianak masih sangat sedikit yaitu 5 (lima) orang. Jika dilihat dari potensi pelaku subsektor arsitektur di lapangan sebenarnya cukup banyak dan jumlahnya bisa lebih dari yang terdata, karena di Kota Pontianak ini lulusan arsitektur dari beberapa perguruan tinggi baik negeri dan swasta cukup bersaing di berbagai bidang pekerjaan.



**Gambar 5.4**  
Gambar Desain Arsitektur Bangunan Ruko



**Gambar 5.5**

Gambar Desain Arsitektur Bangunan Rumah Tinggal  
1 lantai (kiri), 2 lantai (kanan)

### 5.3.3 DESAIN INTERIOR

Subsektor desain interior adalah kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior; menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup; dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor interior di Kota Pontianak hampir sama dengan subsektor arsitektur, masih sangat sedikit yaitu 4 (empat) orang. Berbeda dengan subsektor arsitektur yang pada keyataannya di lapangan lebih banyak pelakunya, subsektor interior ini memang masih sangat jarang ditemukan di Kota Pontianak, karena yang ahli dan lulusan dari jurusan interior masih sedikit dan walaupun ada sudah pasti lulusan dari luar daerah Kota Pontianak.





**Gambar 5.6**

Gambar Desain Interior Ruangan Rumah Tinggal

### 5.3.4 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Subsektor desain komunikasi visual adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan *fine art*.



Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor komunikasi visual di Kota Pontianak terbilang cukup banyak jumlahnya, yaitu 12 (dua belas) orang. Jumlah tersebut menjadikan subsektor ini menempati urutan kelima dari segi jumlah pelakunya.

### 5.3.5 DESAIN PRODUK

Subsektor desain produk adalah layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik (*Industrial Design Society of America-IDSA*).



**Gambar 5.7**  
Gambar Desain Produk Baju Kaos

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor desain produk di Kota Pontianak terbilang cukup banyak jumlahnya, yaitu 12 (dua belas) orang. Jumlah tersebut menjadikan subsektor ini menempati urutan kelima sama dengan subsektor desain komunikasi visual dari segi jumlah pelakunya.

### 5.3.6 FASHION

Subsektor fashion adalah gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor fashion di Kota Pontianak terbilang hampir sama dengan jumlah subsektor DKV dan desain produk, yaitu 11 (sebelas) orang. Salah satu produk fashion hasil ekonomi kreatif asli pontianak adalah "teras lawar". Teras lawar ini merupakan subsektor ekraf yang bergerak di fashion laki-laki mulai dari pangkas rambut sampai menjual produk-produk fashion seperti baju, tas dan lain sebagainya.



**Gambar 5.8**  
"Teras Lawar" merupakan Subsektor Fashion Ekraf di Kota Pontianak



### 5.3.7 FILM, PERFILM, ANIMASI DAN VIDEO

Subsektor film adalah karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audiovisual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi.

Subsektor perfilman adalah segala elemen infrastruktur dan suprastruktur yang melingkupi dan berhubungan dengan proses produksi, distribusi, ekshibisi, apresiasi, pendidikan film dan pengarsipan.

Subsektor animasi adalah tampilan *frame ke frame* dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa.

Subsektor video adalah sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor film, perfilman, animasi dan video di Kota Pontianak ternyata lebih banyak jumlahnya dibandingkan beberapa subsektor lainnya, yaitu 20 (dua puluh) orang. Jumlah tersebut menjadikan subsektor ini menempati urutan kedua dari segi jumlah pelakunya.





**Gambar 5.9**  
Gambar Video Produksi Ekraf Lokal

### 5.3.8 FOTOGRAFI

Subsektor fotografi adalah sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor fotografi di Kota Pontianak menjadi subsektor yang paling banyak jumlahnya selain subsektor kuliner, yaitu 24 (dua



puluh empat) orang. Jumlah tersebut menjadikan subsektor ini menempati urutan pertama dari segi jumlah pelakunya.



**Gambar 5.10**  
Hasil Foto dari Fotografer Pontianak

### 5.3.9 KRIYA

Subsektor kriya merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga dari tematik produknya.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor kriya di Kota Pontianak masih sedikit jumlahnya, yaitu 9 (sembilan) orang. Jumlah tersebut sebenarnya cukup menjadikan subsektor ini potensial untuk kedepannya karena subsektor ini merupakan subsektor kriya termasuk kedalam tiga subsektor yang



berkontribusi terhadap perekonomian nasional sebesar 15,70% pada tahun 2016.



**Gambar 5.11**  
Pokok Telok sebagai Salah Satu Hasil Kriya Ekraf  
Kota Pontianak

### 5.3.10 KULINER

Subsektor kuliner adalah kegiatan perispan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; diakui oleh lembaga kuliner sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor kuliner di Kota Pontianak menjadi subsektor yang paling banyak jumlahnya selain subsektor fotografi, yaitu 24 (dua puluh empat) orang. Jumlah tersebut menjadikan subsektor ini menempati urutan pertama dari segi jumlah pelakunya. Peringkat pertama subsektor kuliner di Pontianak berbanding lurus dengan

kontribusinya terhadap perekonomian nasional pada tahun 2016 yang merupakan kontribusi terbesar yaitu 41,69%.

Salah satu sektor ekonomi kreatif kuliner adalah lokasi "Parklife" yang menjadi penggas pertama konsep tempat makan seperti *foodcourt* tetapi di *outdoor*.



**Gambar 5.12**

"Parklife" sebagai Tempat Wisata Kuliner Sebagai Subsektor Kuliner Ekraf dengan Konsepnya yang Unik

### 5.3.11 MUSIK

Subsektor musik adalah segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor musik di Kota Pontianak menjadi subsektor yang tergolong sedikit jumlahnya, yaitu hanya 4 (empat) orang. Hal ini menunjukkan bahwa subsektor musik kreatif di kota Pontianak masih belum berkembang dengan baik, walaupun pada dasarnya musik itu banyak peminatnya.



**Gambar 5.13**

Puck Mude, Salah Satu Subsektor Musik yang Ada di Kota Pontianak

### 5.3.12 PENERBITAN

Subsektor penerbitan adalah daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media daring menggunakan perangkat elektronik, ataupun media baru untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor penerbitan di Kota Pontianak juga cukup banyak jumlahnya, yaitu 10 (sepuluh) orang.



**Gambar 5.14**

BIAS, Salah Satu Subsektor Penerbitan yang Ada di Kota Pontianak

### 5.3.13 PERIKLANAN

Subsektor periklanan adalah bentuk kombinasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayk sarasannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor periklanan di Kota Pontianak menjadi subsektor yang paling sedikit jumlahnya, yaitu hanya ada 2 (dua) orang. Jumlah tersebut menjadikan subsektor ini menempati urutan paling bawah dari segi jumlah pelakunya. Pelaku subsektor periklanan ini biasanya mengerjakan periklanan yang tampil di videotron-videotron yang ada di Kota Pontianak dan paling banyak mengerjakan proyeknya pemerintah daerah.



**Gambar 5.15**

Salah Satu Iklan yang Tampil di Beberapa Mediatron di Sudut Kota Pontianak sebagai Subsektor Periklanan

### 5.3.14 SENI PERTUNJUKAN

Subsektor seni pertunjukan adalah cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (*performers*), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (*audiences*), baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tarian; yang terjadi secara langsung (*live*) di dalam ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (*hic et nunc*).

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor pertunjukan di Kota Pontianak juga tergolong masih sedikit jumlahnya, yaitu sebanyak 5 (lima) orang. Pada kenyataan di lapangan yang untuk pelaku seni pertunjukan cukup banyak, terutama yang bergabung di dalam sanggar-sanggar teater.



**Gambar 5.16**

Pertunjukan Musikalisasi Puisi dan Teater sebagai Subsektor Seni Pertunjukan di Kota Pontianak

### 5.3.15 SENI RUPA

Subsektor seni rupa adalah penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor seni rupa di Kota Pontianak jumlahnya cukup banyak, yaitu 15 (lima belas) orang. Subsektor ini merupakan istilah yang paling familiar di industri kreatif karena dari tingkatan pendidikan terendah seni rupa sudah menjadi bagiannya.



**Gambar 5.17**

Lukisan sebagai Subsektor Seni Rupa di Kota Pontianak



**Gambar 5.18**

Pahatan sebagai Subsektor Seni Rupa di Kota Pontianak

### **5.3.16 TELEVISI DAN RADIO**

Subsektor radio adalah kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

Sedangkan subsektor televisi adalah kegiatan yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku yang bergerak di subsektor televisi dan radio di Kota Pontianak juga tergolong sedikit jumlahnya, yaitu 3 (tiga) orang. Karena basis data ekonomi kreatif di Kota Pontianak ini adalah komunitas, maka yang terdata hanya radio dan televisi komunitas. Tetapi pada kenyataannya pelaku



dalam subsektor ini akan sangat banyak jumlahnya karena radio dan televisi lokal Kota Pontianak juga jumlahnya cukup banyak.

Pada dasarnya untuk subsektor radio dan televisi ini yang masuk ke dalamnya adalah orang-orang/pelakunya yang sudah tentu harus memiliki kreativitas tinggi dalam berbicara.



**Gambar 5.19**

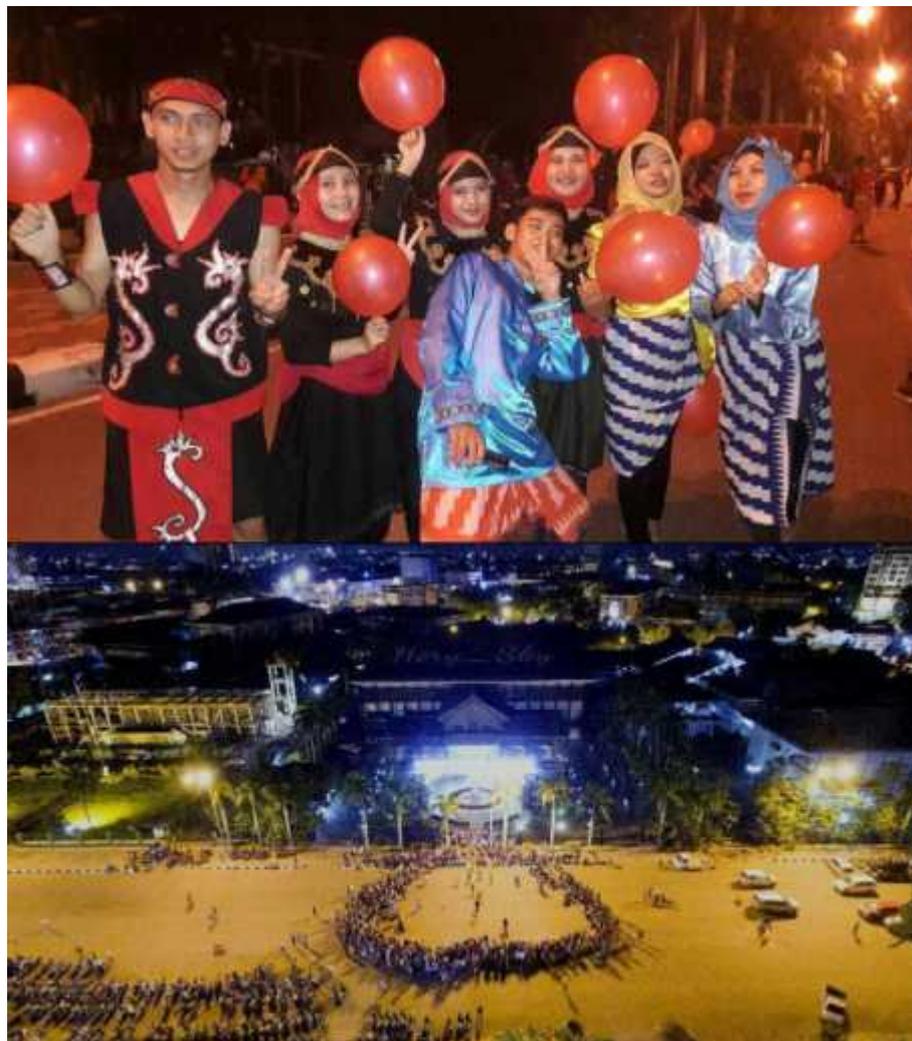
Volare Menjadi Salah Satu Radio Lokal Yang Eksis Sejak Awal berkembangnya Industri Radio di Kota Pontianak dan Memiliki Penyiar-Penyiar Berkualitas dan Kreatif

## **5.4 PROGRAM KEGIATAN YANG BERBASIS KOMUNITAS EKRAF DI KOTA PONTIANAK**

### **5.4.1 PONTIANAK BERKREASI**

Pontianak Berkreasi merupakan event yang digalakan oleh Rumaktif (Rumah Muda Kreatif) Pontianak bersama dengan Pemerintah Kota Pontianak. Pontianak Berkreasi ini mulai dilaksanakan pada tahun 2017 ini, kegiatan pertamanya pada tanggal 29 April 2017 dengan tema "Pontianak Menari" dilanjutkan dengan kegiatan kedua pada tanggal 13 Mei 2017 dengan tema "Budaya Jawa". Event Pontianak Berkreasi ini akan

diadakan rutin setiap bulannya, tema dan isi kegiatan akan berbeda-beda. Dua kali kegiatan Pontianak Berkreasi yang sudah berjalan bertempat di Taman Nostalgia Kantor Walikota Pontianak dan terbuka untuk umum. Event Pontianak Berkreasi ini menjadi wadah bagi para pelaku ekonomi kreatif khususnya para pelaku seni pertunjukkan untuk menampilkan berbagai karya seninya dan menghibur masyarakat Kota Pontianak.



**Gambar 5.20**

Kegiatan Pontianak Berkreasi Bertempat di Depan Kantor Walikota Pontianak

#### 5.4.2 PAMERAN EKONOMI KREATIF

Selain event “Pontianak Berkreasi”, Pameran Ekonomi Kreatif Kota Pontianak juga merupakan event besar yang melibatkan seluruh pelaku ekonomi kreatif di Kota Pontianak, yang diadakan pada bulan Mei tahun 2017.



**Gambar 5.21**

Pameran Ekonomi Kreatif Pontianak Tahun 2017

Pameran Ekonomi Kreatif ini menjadi pameran pertama yang berbasis komunitas, kerjasama Pemerintah Kota Pontianak, Tribun Pontianak, dan didukung Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. Pameran ekonomi kreatif Pontianak 2017 menjadi tempat unjuk

gigi 16 sub sektor pelaku ekraf yang ada di Kota Pontianak, dan mereka terlibat langsung mulai dari konsep, persiapan, selama kegiatan berlangsung sampai selesainya kegiatan

### 5.4.3 FESTIVAL PASAR RAKYAT

Festival Pasar Rakyat Kote Pontianak tahun 2017 yang diinisiasi Yayasan Danamon Peduli bekerja sama dengan Pemerintah Kota (Pemkot) Pontianak digelar pada 22 - 23 Juli 2017.



**Gambar 5.22**

Festival Pasar Rakyat Kote Pontianak Tahun 2017

Festival itu digelar di tiga pasar yakni Pasar Kenanga, Pasar Kapuas Besar dan Pasar Tengah. Festival Pasar Rakyat ini selain diinisiasi

oleh Yayasan Danamon Peduli dan didukung oleh Pemkot Pontianak, juga dikembangkan dan dilaksanakan oleh komunitas yang tergabung dalam ekonomi kreatif Kota Pontianak.



**Gambar 5.23**

Dua Pasar diantara Tiga Pasar Tradisional Yang Menjadi Tempat Pelaksanaan Pasar Rakyat, Pasar Kenanga (atas), Pasar Parit Besar (Bawah)

Dalam festival yang mengusung tema #PegiPasarYok ini, ditampilkan berbagai penampilan seni, budaya dan kreativitas dari komunitas. Sebanyak 15 komunitas yang terdiri dari relawan dan

mencapai sekitar 300 orang. Teman-teman dari komunitas inilah yang akan mengisi even Festival Pasar Rakyat.

Menurut Ency sebagai *Communication and Knowledge Management Manager* Yayasan Danamon Peduli, ada tiga konsep yang diimplementasikan dalam festival ini yakni edukasi, budaya dan kreativitas. Dengan tiga konsep inilah yang akan diterjemahkan oleh para komunitas untuk ditampilkan pada Festival Pasar Rakyat. Komunitas tari, literasi, pantomim dan lainnya mengisi konteks budaya. Dari konteks edukasi diisi dengan lomba mewarnai, lomba bercerita atau mendongeng dengan kearifan pasar dan lainnya. Sementara dari segmen kreativitas, akan diisi teman-teman dari videografi dan fotografi, akan mengangkat isu-isu pasar melalui kreativitas-kreativitas di bidangnya.

Meskipun banyak kreasi penampilan yang disajikan para komunitas, namun tidak ada stage atau panggung khusus yang disediakan. Pasar tradisional itulah yang akan menjadi panggung untuk para penampil menampilkan kreativitasnya. Hal ini bertujuan supaya pengunjung maupun pedagang bisa menikmati penampilan kreativitas dari komunitas secara lebih dekat.





**Gambar 5.24**  
Sebagian Pertunjukan Seni Yang di Tampilkan di Pasar Rakyat Kote Pontianak Tahun 2017



## 5.5 KAJIAN SUBSEKTOR UNGGULAN EKRAF DI KOTA PONTIANAK

Sub sektor unggulan ekraf dapat dikaji berdasarkan kontribusinya terhadap PDB, sub sektor yang berkontribusi paling besar berarti menjadi sektor unggulan ekonomi kreatif di Kota Pontianak. Seperti halnya, sub sektor unggulan ekonomi kreatif nasional, saat ini terdapat 3 (tiga) sub sektor unggulan, diantaranya kuliner yang memberi kontribusi 34 persen, fesyen 27 persen, dan kerajinan 14 persen.

Untuk kota Pontianak, nilai kontribusi sub sektor ekonomi kreatif terhadap PDB Kota Pontianak belum ada perhitungannya secara real, namun pada kenyataannya di yang berkembang di lapangan ketiga sektor tersebut juga berkembang pesat di Kota Pontianak, mulai dari fesyen, banyak sumber daya manusia yang menjadi penggiat fashion dengan bermunculan para fashion designer muda. Selain itu, kuliner juga saat ini sangat bervariasi dengan munculnya banyak tempat makan yang memberikan beragam pilihan sesuai selera masyarakat Kota Pontianak. Kemudian sektor kerajinan yang juga baik pertumbuhannya, salah satunya dengan adanya sentra kerajinan tenun yaitu "kampung tenun" yang terletak di Kecamatan Pontianak Utara.

## 5.6 PROGRAM P2WKSS KOTA PONTIANAK YANG TERKAIT EKONOMI KREATIF

Program Terpadu Peningkatan Peranan Wanita menuju Keluarga Sehat dan Sejahtera (P2WKSS), diawali dengan pelaksanaan Crash



Program Keluarga Sehat dari tanggal 22 Desember 1978 sampai dengan 21 April 1979, selanjutnya menjadi Program Terpadu P2WKSS pada tahun 1979. Untuk lebih memantapkan kembali pada tahun 2007, Program Terpadu P2WKSS telah di revitalisasi sesuai dengan kebutuhan daerah.

Program Terpadu P2WKSS merupakan salah satu program peningkatan peranan wanita dalam pembangunan, yang berupaya untuk mengembangkan sumber daya manusia dan sumber daya alam dan lingkungan untuk mewujudkan dan mengembangkan keluarga sehat, sejahtera dan bahagia dalam rangka pembangunan masyarakat desa/kelurahan, dengan perempuan sebagai penggerakannya. Kegiatan penilaian ini merupakan hasil dari pembinaan Tim Daerah dalam rangka peningkatan dan pemberdayaan perempuan di suatu Desa/Kelurahan.

Program P2WKSS di Kota Pontianak setiap tahunnya berbeda-beda dan terfokus pada satu kelurahan. Pada tahun 2017 ini, program P2WKSS dilaksanakan di Kelurahan Sungai Jawi Dalam. Beberapa program yang disusun dan sudah dilaksanakan, antara lain:

1. pelatihan hidroponik
2. pelatihan lidah buaya, khususnya dijadikan olahan jus
3. pelatihan pembuatan jahe instan
4. pelatihan kuliner daerah (bingke dan roll nanas)
5. pelatihan makanan bayi dan balita
6. pelatihan menu Beragam, Bergizi Seimbang, Aman (B2SA) dalam bentuk "lomba serba ikan"

Kelurahan Sungai Jawi Dalam, berkesempatan mewakili Kota Pontianak dalam Pelaksanaan Lomba Program Peranan Wanita



Menuju Keluarga Sehat Sejahtera (P2WKSS) tahun 2017 yang bakal di helat sekitar bulan september 2017. Pelaksanaan di Desa Tae Kecamatan Balai Batang Tatang Kabupaten Sanggau, Provinsi Kalimantan Barat.

Program P2WKSS ini menjadi bagian dari program pemerintah yang dapat disinergikan dengan ekonomi kreatif dan dapat mendukung pengembangan ekonomi kreatif, karena didalam program ini kegiatan dan hasilnya berupa produk kreatif, namun pelakunya fokus kepada kaum perempuan. Dalam program P2WKSS ini salah satu tujuannya adalah seluruh masyarakat terutama kaum perempuan bisa meningkatkan kualitas diri dan ekonominya melalui berbagai macam program P2WKSS tersebut.



## 6

## POTENSI, MASALAH, PELUANG DAN ANCAMAN EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK

### 6.1 POTENSI EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK

Beberapa potensi sektor ekonomi kreatif Kota Pontianak, antara lain:

1. Ekonomi kreatif di Kota Pontianak dibentuk berbasis Komunitas sehingga memudahkan pergerakan dan koordinasi bagi masing-masing subsektornya untuk mengembangkan kreatifitasnya masing-masing.
2. Perhatian Pemerintah Kota yang cukup baik bagi pelaku ekonomi kreatif di kota Pontianak, yaitu dengan adanya program-program terkait ekonomi kreatif misalnya, penatas seni "Pontianak Berkreasi", pameran-pameran dan festival-festival yang melibatkan semua sub sektor ekonomi kreatif untuk berkreasi, berkarya dan berkeaktifitas.
3. Pelaku-pelaku ekonomi kreatif asal Kota Pontianak adalah orang-orang yang sudah terbentuk kreatifitasnya jauh sebelum adanya "Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia", sehingga tidak perlu lagi dibina dan dilatih tetapi cukup difasilitasi dan diarahkan sesuai dengan tujuan Rencana Pengembangan Ekraf Indonesia.

4. Adanya Rumaktif (Rumah Mudah Kreatif) Pontianak yang merupakan rumah besar pelaku ekonomi kreatif di Kota Pontianak. Rumaktif inilah yang menjadi wadah berkumpulnya dan bersosialisasinya para pelaku ekonomi kreatif di Kota Pontianak.

## 6.2 PERMASALAHAN EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK

Permasalahan atau kendala-kendala yang dihadapi pada sektor ekonomi kreatif di Kota Pontianak, antara lain,

1. *Mindset* atau pola pikir masyarakat tentang ekonomi kreatif masih sangat rendah. Banyak masyarakat khususnya orang-orang tua yang memandang sektor ekonomi kreatif tidak menjanjikan bagi perkembangan ekonominya. Hal ini menjadikan, anak-anaknya yang tertarik dan bergerak di sektor ekonomi kreatif menjadi terkendala untuk berkembang lebih besar lagi.
2. Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal, terutama disebabkan infrastruktur internet belum memadai, infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar, mahalnya mesin produksi, mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif, kurangnya riset konten, dan kurangnya aktivitas pengarsipan konten;
3. Kurangnya perluasan dan penetrasi pasar bagi produk dan jasa kreatif di dalam dan luar negeri, terutama disebabkan oleh kurangnya apresiasi terhadap kreativitas lokal, kurangnya konektivitas jalur distribusi nasional, terkonsentrasinya pasar luar negeri, tingginya biaya promosi, belum diterapkannya sistem pembayaran online, dan rendahnya monitoring terhadap royalti, lisensi, hak cipta;
4. Lemahnya institusi ekonomi kreatif kreatif, terutama disebabkan oleh belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor ekonomi kreatif; iklim usaha belum cukup kondusif, apresiasi yang rendah dan pembajakan yang tinggi, dan transaksi elektronik belum diregulasi dengan baik;

5. Minimnya akses pembiayaan pelaku sektor ekonomi kreatif, terutama disebabkan belum sesuainya skema pembiayaan dengan karakteristik industri kreatif yang umumnya belum bankable, high risk high return, cash flow yang fluktuatif, serta aset yang bersifat intangible; dan
6. Pengembangan sumber daya ekonomi kreatif belum optimal, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia, antara lain masalah kelangkaan bahan baku, kurangnya riset bahan baku, kesenjangan antara pendidikan dan industri, serta standardisasi dan sertifikasi yang belum baik.
7. Kurangnya dukungan dari akademisi terkait ekonomi kreatif, belum ada lembaga pendidikan dan pelaku akademisi di Kota Pontianak yang konsen pada pengembangan ekraf sebagai sektor kreatif yang dapat membesarkan nama Kota Pontianak.



Tabel 6.1  
Permasalahan Industri Kreatif

No	Subsektor	Permasalahan dominan yang Dihadapi Setiap Subsektor Ekonomi Kreatif					
		SDM	Sumberdaya Pendukung	Kelembagaan	Pembiayaan	Infrastruktur dan Teknologi	Pemasaran
1	Aplikasi dan Game		•	•	•		
2	Arsitektur		•	•	•	•	
3	Ineterior		•	•	•		
4	Desain Komunikasi Visual		•	•	•	•	•
5	Desain Produk		•	•	•	•	•
6	Fashion			•		•	
7	Film, Animasi dan Video				•	•	
8	Fotografi						
9	Kriya		•	•	•	•	•
10	Kuliner						
11	Musik				•	•	
12	Penerbitan				•		
13	Periklanan	•		•	•	•	
14	Seni Pertunjukkan			•			
15	Seni Rupa	•			•	•	•
16	Televisi dan Radio	•		•	•	•	•

### 6.3 PELUANG EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK

1. Saat ini kementerian perdagangan dan industri terus mendorong pengembangan industri kreatif nasional karena pertumbuhannya semakin meningkat sekitar 7 persen per tahun. Pertumbuhan tertinggi atas industri ekonomi kreatif dicapai oleh subsektor kerajinan dengan laju pertumbuhan ekspor sebesar 11,81 persen, diikuti fesyen dengan pertumbuhan 7,12 persen, periklanan sebesar 6,02 persen dan arsitektur 5,59 persen. Sektor fesyen di Indonesia menempati urutan kedua dalam kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) pada sektor ekenomi kreatif, setelah kuliner. Setelah fesyen adalah kerajinan, percetakan dan disain.

Kemudian, Badan Ekonomi Kreatif menyebutkan bahwa kuliner, mode, kerajinan tangan serta aplikasi dan perkembangan gim mempunyai peluang berkembang pesat (Kompas, 6 April 2016). Oleh sebab itu, Kota Pontianak dapat memanfaatkan peluang ini untuk mengembangkan berbagai subsektor, khususnya kuliner, mode (fesyen), kerajinan tangan (kriya) serta aplikasi dan game.

2. Masih adanya peluang bisnis di bidang kuliner dan adanya ketentuan dari Kemenrindag bahwa toko modern harus menjual 80% produk olahan pangan, maka kondisi ini memberikan peluang usaha bagi industri makanan untuk berinovasi dalam hal:

- a. Rasa

Keunggulan produk makanan adalah terletak pada rasa. Meskipun produk yang sama namun rasa bisa berbeda.

- b. Bahan Baku

Keanekaragaman bahan baku produk makanan bisa menjadi keunggulan produk makanan dan hal ini menunjang program pemerintah untuk meningkatkan varietas bahan pangan untuk produk olahan makanan.

c. Olahan

Tampilan produk makanan dapat menarik perhatian pembeli walaupun untuk jenis makanan yang sama dengan

d. Pengemasan

Pengemasan produk makanan dapat menunjang keputusan pembeli karena hal ini mempengaruhi juga dalam menentukan kadaluwarsa produk makanan. Kemasan yang rapi dan higienis menjadi sangat penting jika produk makanan akan dipasarkan di luar kota Madiun.

e. Suasana

Faktor suasana ditujukan untuk inovasi pada penyedia jasa tempat makan. Pembeli sekarang akan memilih faktor kenyamanan dan suasana tertentu walaupun produk yang disajikan juga produk yang berasa sama dengan yang lainnya.

f. Pelayanan

Pelayanan yang cepat dan ramah merupakan salah satu kunci keunggulan produk kuliner. Hal ini juga berlaku baik produk makanan dipasarkan melalui toko maupun toko web.

Oleh sebab itu, industri kuliner di Kota Pontianak berpeluang besar untuk memasok hasil produk olahannya di toko-toko modern seluruh Indonesia, dengan memperhatikan faktor-faktor yang telah disebutkan di atas.

3. Letak strategis Kota Pontianak yang berada di Provinsi Kalimantan Barat, Provinsi yang berbatasan langsung dengan Negara Malaysia. Posisi ini menjadikan wilayah Pontianak menjadi Kota persinggahan para wisatawan atau pelancong dari Malaysia membuka peluang

yang sangat besar untuk memasarkan keanekaragaman produk usaha kreatif Kota Pontianak, seperti kuliner, fesyen dan budaya. Dengan demikian meskipun Kota Pontianak tidak mempunyai objek wisata maka pengembangan sektor wisata berbasis ekonomi kreatif berpotensi dikembangkan di Kota Pontianak.

#### **6.4 ANCAMAN EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK**

1. Adanya barang-barang produksi luar negeri khususnya dari Cina yang lebih murah yang beredar di pasar domestik maupun internasional. Hal ini ditambah pula dengan indeks produktivitas kreatif negara Republik Rakyat Cina lebih tinggi (0,723) daripada Indonesia (0,526) (Asian Development Bank, 2014).
2. Diberlakukannya MEA.
3. Semakin intensnya persaingan kreatifitas dari daerah lain.

## 7

# KEBIJAKAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

## 7.1 STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERDASARKAN ANALISIS SWOT

Strategi pengembangan ekonomi kreatif Kota Pontianak dapat dilakukan dengan melalui tahapan berikut:

1. Melakukan review dokumen kebijakan terkait pengembangan ekonomi kreatif, yaitu yang tertuang dalam Perda Kota Pontianak Nomor 2 Tahun 2013 tentang RTRW Kota Pontianak Tahun 2013-2033. Hasil review menunjukkan bahwa pemerintah kota Pontianak telah memberikan perhatian dan komitmennya kepada sektor ekonomi kreatif, yaitu jelas dalam strategi penetapan kawasan strategis dari sudut kepentingan ekonomi, sosial budaya, pendayagunaan sumber daya alam dan/atau teknologi tinggi serta fungsi dan daya dukung lingkungan hidup salah satunya dengan mengalokasikan ruang untuk kegiatan industri produk lokal untuk mendorong penguatan ekonomi kreatif.
2. Selain itu hasil review diatas, Kebijakan pemerintah Kota Pontianak untuk meningkatkan pengembangan potensi seni budaya antara lain:

- Meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM seni dan ekonomi kreatif,
  - Meningkatkan dan mengembangkan event dan promosi kebudayaan dengan pengiriman misi kesenian, pameran dan pertukaran budaya, penyediaan bahan promosi, menganalisa pasar dan melaksanakan kerjasama seni budaya dan ekonomi kreatif.
3. Melakukan analisis SWOT atas pengembangan potensi unggulan ekonomi kreatif.
  4. Hasil analisis SWOT berupa usulan strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan potensi unggulan ekonomi kreatif.
  5. Hasil analisis SWOT dan identifikasi sub sektor ekonomi kreatif menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi kreatif di Kota Pontianak difokuskan pada penguatan keberadaan komunitas-komunitas yang terbentuk berdasarkan sub sektor ekonomi kreatif. Berdasarkan analisis kondisi tujuh elemen daya saing ekonomi kreatif yang disesuaikan dengan kondisi Kota Pontianak, maka usulan strategi ditujukan untuk mewujudkan struktur kelembagaan ekonomi kreatif yang kuat, unggul dan memiliki produk yang berdaya saing tanpa meninggalkan konten lokal. Arah pelaksanaan strategi digunakan untuk menumbuhkan lingkungan yang kreatif dan meningkatkan daya saing produk unggulan.
  6. Menambahkan usulan program/kegiatan disamping program kegiatan yang sudah ada dalam RTRW Kota Pontianak.
  7. Menyusun matrik usulan strategi dan program/kegiatan terkait dengan pembangunan ekonomi kreatif di Kota Pontianak.

Untuk menentukan strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kota Pontianak, maka perlu diidentifikasi sejumlah faktor yang

dapat dijadikan pendorong dan penghambat dalam pengembangan ekraf di Kota Pontianak. Untuk itu pada tahap awal penentuan strategi, digunakan analisis SWOT. Dari analisis SWOT ini akan diketahui faktor internal dan faktor eksternal yang akan mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif. Faktor internal meliputi faktor kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan permukiman, sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan peluang dan tantangan dalam pengembangan ekonomi kreatif.

Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dijabarkan dalam analisis ini adalah hasil pengamatan lapangan dan wawancara dengan stakeholders terkait yang di kombinasikan dengan hasil kajian kondisi ekonomi kreatif dari data sekunder dan sumber-sumber lainnya yang terkait. Adapun analisis SWOT untuk pengembangan potensi unggulan ekonomi kreatif di Kota Pontianak adalah sebagai berikut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel proses analisis SWOT yang dilakukan untuk menentukan isu-isu strategis pengembangan potensi unggulan ekonomi kreatif di Kota Pontianak.

Tabel 7.1  
Analisis SWOT (IFAS) Pengembangan Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak

SWOT	No	Uraian	Nilai	Bobot (%)	Skor
<b>Kekuatan</b>	1	Ekonomi kreatif di Kota Pontianak dibentuk berbasis Komunitas	3	5	0,15
	2	Perhatian Pemerintah Kota yang cukup baik bagi pelaku ekonomi kreatif di kota Pontianak, yaitu dengan adanya program-program terkait ekonomi kreatif , bantuan modal, dan apresiasi lainnya	5	15	0,75
	3	Pelaku-pelaku ekonomi kreatif asal Kota Pontianak	5	20	1,00

SWOT	No	Uraian	Nilai	Bobot (%)	Skor
		adalah orang-orang yang sudah terbentuk kreatifitasnya			
	4	Adanya Rumaktif (Rumah Mudah Kreatif) Pontianak yang merupakan rumah besar pelaku ekonomi kreatif di Kota Pontianak.	4	10	0,40
<b>Jumlah</b>			<b>17</b>	<b>50</b>	<b>2,30</b>
<b>Kelemahan</b>	1	Mindset atau pola pikir masyarakat tentang ekonomi kreatif masih sangat rendah.	1	10	0,10
	2	Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal, terutama disebabkan infrastruktur belum memadai,	2	5	0,10
	3	Kurangnya perluasan dan penetrasi pasar bagi produk dan jasa kreatif di dalam dan luar negeri	1	10	0,10
	4	Lemahnya institusi ekonomi kreatif kreatif, terutama disebabkan oleh belum adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsektor ekonomi kreatif	2	5	0,10
	5	Minimnya akses pembiayaan pelaku sektor ekonomi kreatif	2	5	0,10
	6	Pengembangan sumber daya ekonomi kreatif belum optimal, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia	1	10	0,10
	7	Kurangnya dukungan dari akademisi terkait ekonomi kreatif	2	5	0,10
<b>Jumlah</b>			<b>14</b>	<b>50</b>	<b>0,70</b>
<b>Total</b>					<b>1,60</b>

Sumber: Hasil Perhitungan, Analisis 2017

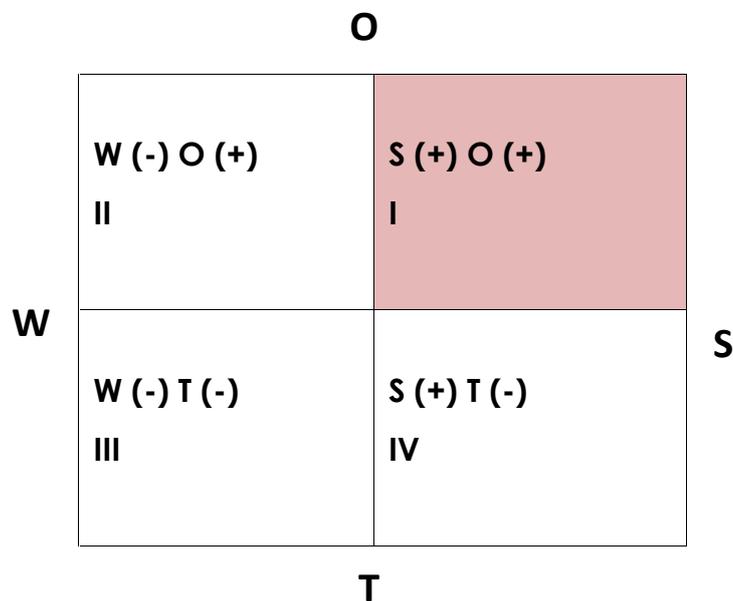
Tabel 7.2  
Analisis SWOT (EFAS) Pengembangan Lingkungan Permukiman  
Kecamatan Muara Pawan

SWOT	No	Uraian	Nilai	Bobot (%)	Skor
Peluang	1	Saat ini kementerian perdagangan dan industri terus mendorong pengembangan industri kreatif nasional	5	20	1,00
	2	Masih adanya peluang bisnis di bidang kuliner dan adanya ketentuan dari Kemenrindag bahwa toko modern harus menjual 80% produk olahan pangan, maka kondisi ini memberikan peluang usaha bagi industri makanan untuk berinovasi	5	15	0,75
	3	Letak strategis Kota Pontianak yang berada di Provinsi Kalimantan Barat, Provinsi yang berbatasan langsung dengan Negara Malaysia. Posisi ini menjadikan wilayah Pontianak menjadi Kota persinggahan para wisatawan atau pelancong dari Malaysia membuka peluang yang sangat besar untuk memasarkan keanekaragaman produk usaha kreatif Kota Pontianak,	5	15	0,75
<b>Jumlah</b>			<b>15</b>	<b>50</b>	<b>2,50</b>
Ancaman	1	Adanya barang-barang produksi luar negeri khususnya dari Cina yang lebih murah yang beredar di pasar domestik maupun internasional	1	20	0,20
	2	Diberlakukannya MEA.	2	10	0,20
	3	Semakin intensnya persaingan kreatifitas dari daerah lain	1	20	0,20
<b>Jumlah</b>			<b>8</b>	<b>50</b>	<b>0,60</b>
<b>Total</b>					<b>1,90</b>

Sumber: Hasil Perhitungan, Analisis 2017

Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, dihasilkan total skor IFAS positif lebih cenderung terhadap kekuatan yang ada, yang didapat dari hasil penjumlahan antara kekuatan dengan kelemahan yang ada yaitu  $IFAS = (2,30 + (-0,70)) = 1,60$  (POSITIF). Sedangkan total skor EFAS yang didapatkan dari hasil penjumlahan skor antara peluang dengan ancaman, dihasilkan total skor yang lebih cenderung kepada peluang yang ada yaitu  $EFAS = (2,50 + (-0,60)) = 1,9$  (POSITIF).

Dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, didapatkan IFAS lebih cenderung ke kekuatan yaitu positif, dan EFAS lebih cenderung ke peluang yaitu positif. Jadi posisi akhir total skor antara IFAS dan EFAS, berada pada posisi kuadran I. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.2



**Gambar 7.1**  
**Analisis SWOT Potensi Unggulan Ekonomi Kreatif di Kota Pontianak**  
 Sumber: Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dapat ditentukan alternatif strategi seperti nampak pada Tabel Analisis SWOT di bawah ini. Strategi SO adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan peluang yang ada untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan. Strategi ST adalah strategi yang digunakan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang menghambat pencapaian tujuan dan sasaran pembangunan ekonomi kreatif. Strategi WO adalah strategi yang memanfaatkan peluang untuk memperkecil kelemahan agar dapat mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan. Strategi WT adalah strategi yang digunakan untuk memperkecil kelemahan dan mengatasi ancaman agar tujuan dan sasaran pembangunan ekonomi kreatif di Kota Pontianak dapat tercapai.

Tujuan, sasaran dan strategi pengembangan ekonomi kreatif serta program kegiatan yang menjadi usulan berdasarkan hasil kajian, akan dijabarkan pada dua tabel di bawah ini:



Tabel 7.3  
Matriks Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
<b>Peluang (O)</b>	<p><b>Strategi SO:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembentukan kelembagaan khusus oleh Pemerintah Daerah yang membidangi ekonomi kreatif sehingga para pelaku ekraf yang cukup banyak jumlahnya di Kota Pontianak bisa terdata dan mendapatkan fasilitas untuk dikembangkan lebih baik lagi.</li> <li>2. Membangun <i>Pontianak Creative City Network</i></li> <li>3. Membangun sentra produk ekonomi kreatif kota Pontianak sebagai <i>workshop</i> bagi seluruh subsektor ekraf di Kota Pontianak</li> <li>4. Apresiasi dalam bentuk pemberian insentif yang diberikan kepada pelaku ekraf potensial dari Pemerintah Daerah harus lebih di perbanyak sebagai bentuk apresiasi/penghargaan bagi para pelaku.</li> </ol>	<p><b>Strategi WO:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosialisasi mengenai ekonomi kreatif dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat agar masyarakat mengenal apa itu ekonomi kreatif dan subsektor yang ada didalamnya. Misalnya kegiatan yang melibatkan ibu-ibu rumah tangga yang disinergikan dengan program P2WKSS yang berjalan.</li> <li>2. Penyediaan sarana prasarana yang memadai bagi para pelaku ekraf, misalnya gedung pertunjukan, jaringan internet, dan lain sebagainya.</li> <li>3. Pemerintah Daerah membuka atau memberikan akses pembiayaan yang lebih mudah melalui lembaga keuangan daerah kepada para pelaku ekraf.</li> <li>4. Pemerintah Daerah menyiapkan kebijakan yang mendukung pengembangan ekraf yang dirinci untuk masing-masing subsektor.</li> <li>5. Menciptakan lembaga-lembaga pendidikan yang mendukung pengembangan diri dan kreativitas para pelaku ekraf yang belum berpengalaman, sehingga menjadi wadah untuk menambah wawasan dan keahlian para pelaku sesuai sub sektornya.</li> </ol>

	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
<b>Ancaman (T)</b>	<p><b>Strategi ST:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inovasi kreativitas berbasis konten local, kuliner lokal yang khas dan karya seni lokal yang khas dengan mengandalkan tenaga kreatif dan inovatif masyarakat lokal kota Pontianak</li> <li>2. Menampilkan produk ekraf lokal pada event-event nasional maupun internasional yang diselenggarakan di Kota Pontianak, sebagai wadah untuk memperkenalkan potensi ekraf lokal</li> </ol>	<p><b>Strategi WT:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Optimalisasi keberadaan dan kecanggihan teknologi untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produk kreatif daerah Kota Pontianak melalui berbagai sosial media yang ada, sehingga daerah lain atau bahkan negara lain tahu akan keberadaan kreatifitas yang khas dari Kota Pontianak.</li> <li>2. Efisiensi dan dukungan kepada industri dari ekonomi kreatif yang sudah berkembang lebih dulu dibandingkan dengan kebijakan pengembangan ekraf baik kebijakan nasional maupun kebijakan lokal untuk dapat bersaing dengan daerah lain maupun negara lain dalam pasar MEA.</li> </ol>

Sumber : Hasil Analisis, Data Olahan 2017



## 7.2 ARAH PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK

Berdasarkan analisis SWOT diatas, Arah Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Kota Pontianak, adalah sebagai berikut:

### 1. Tujuan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak

Tujuan pengembangan ekonomi kreatif Kota Pontianak jangka pendek (tahun 2018-2022) adalah sebagai berikut:

- a. Penciptaan iklim yang mendorong kreativitas masyarakat.
- b. Pengembangan kemampuan penciptaan nilai kreatif.
- c. Peningkatan peluang atau permintaan terhadap produk kreatif.

### 2. Sasaran dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak

Sasaran dan strategi pengembangan ekonomi kreatif tahun 2018-2022 Kota Pontianak diuraikan sesuai dengan tujuan sebagai berikut:

#### Tujuan 1. Penciptaan iklim yang mendorong kreativitas masyarakat

Sasaran yang ingin dicapai sesuai dengan tujuan pertama yaitu:

- a. Peningkatan penghargaan kepada insan kreatif di Kota Pontianak; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Memberikan dukungan kepada insan kreatif berbakat yang mendapat kesempatan di tingkat provinsi, nasional dan internasional.
  - 2) Menyelenggarakan acara dan program yang menggali, mengangkat, dan mempromosikan insan kreatif Kota Pontianak bekerjasama dengan media massa.
  - 3) Memberikan dukungan penyelenggaraan kegiatan masyarakat yang terkait 16 sub sektor ekonomi Kreatif.

- b. Penciptaan database dan jejaring insan kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Membangun database dan cerita sukses insan kreatif dan produk kreatif Kota Pontianak.
  - 2) Memfasilitasi pengembangan jejaring dan mendorong kerja sama antar insan kreatif Kota Pontianak dengan insan kreatif di daerah lain.
  - 3) Mendorong dan memfasilitasi insan kreatif dari daerah lain datang ke Kota Pontianak untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan serta membangun jejaring bisnis di bidang ekonomi kreatif.
- c. Penguatan iklim usaha kondusif bagi investasi teknologi pendukung ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Perbaiki regulasi, pelayanan dan fasilitasi kemudahan perijinan usaha ekonomi kreatif.
  - 2) Melakukan sosialisasi kebijakan perijinan usaha/industri dibidang ekonomi kreatif.
- d. Peningkatan apresiasi terhadap budaya daerah dan kearifan lokal; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Mengkampanyekan penggunaan produk kreatif Kota Pontianak sebagai upaya penciptaan pasar bagi produk kreatif di luar daerah melalui pemanfaatan event atau kegiatan masyarakat sebagai media bagi pengembangan ekonomi kreatif.
  - 2) Mendorong penciptaan produk kreatif yang mengintegrasikan budaya lokal dan kecenderungan yang diminati oleh pasar di dalam daerah dan luar daerah.



- e. Penciptaan infrastruktur yang mendukung berbagai macam kegiatan ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Menciptakan ruang publik terbuka (misalnya taman kota) untuk asimilasi nilai-nilai dan pertukaran pengetahuan antar pemangku kepentingan di bidang ekonomi kreatif.
  - 2) Menciptakan bangunan gedung serbaguna sebagai ruang bagi kegiatan ekonomi kreatif seperti pertunjukkan seni, pameran dan lain sebagainya.
- f. Penciptaan skema dan lembaga pembiayaan yang mendukung tumbuh kembangnya industri di bidang ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Mendorong dan memfasilitasi terciptanya skema pembiayaan yang sesuai bagi industri di bidang ekonomi kreatif.
  - 2) Mengembangkan lembaga pembiayaan non bank di sentra-sentra industri kreatif.

## **Tujuan 2. Pengembangan kemampuan penciptaan nilai kreatif**

Sasaran yang ingin dicapai sesuai dengan tujuan kedua adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) kreatif yang berkualitas di Kota Pontianak; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Mengembangkan kurikulum pendidikan dan pelatihan, dan kegiatan ekstrakurikuler di sekolah yang berorientasi pada pembentukan kreativitas dan kewirausahaan pada anak didik sedini mungkin.
  - 2) Memperkuat akses pertukaran informasi dan pengetahuan ekonomi kreatif dalam masyarakat.

- b. Peningkatan jumlah lembaga pendidikan, pelatihan dan informal yang mendukung penciptaan insan kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Mendorong pihak swasta untuk membangun lembaga pendidikan dan pelatihan yang berkualitas dan terjangkau di bidang ekonomi kreatif.
  - 2) Penyediaan sarana dan prasarana pendidikan non formal berbasis ekonomi kreatif.
- c. Peningkatan jumlah wirausahawan kreatif sebagai lokomotif di bidang ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Memberikan kemudahan dalam memulai dan menjalankan usaha bagi para wirausahawan baru di bidang ekonomi kreatif.
  - 2) Mendorong wirausahawan sukses untuk berbagi pengalaman dan keahlian kepada masyarakat untuk menciptakan wirausahawan kreatif baru.
- d. Penguatan kapasitas penguasaan teknologi dan kemampuan pemanfaatan komputer di bidang ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Meningkatkan kualitas lembaga pendidikan dan pelatihan teknologi informasi dan komunikasi di bidang ekonomi kreatif.
  - 2) Mengintensifkan kerjasama riset dan teknologi di bidang ekonomi kreatif multidisiplin antar institusi pendidikan terutama perguruan tinggi berbasis teknologi informasi.

**Tujuan 3. Peningkatan peluang atau permintaan terhadap produk kreatif**

Sasaran yang ingin dicapai sesuai dengan tujuan ketiga adalah sebagai berikut:



- a. Peningkatan daya tarik industri di bidang ekonomi kreatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Memperluas jangkauan distribusi pemasaran produk kreatif Kota Pontianak di luar daerah.
  - 2) Meningkatkan apresiasi pasar di luar daerah terhadap produk kreatif Kota Pontianak
- b. Peningkatan kesadaran dan penghargaan daerah lain terhadap produk kreatif Kota Pontianak; dengan strategi pengembangan sebagai berikut: Mempromosikan produk kreatif yang memiliki nilai ekonomis dan membawa ciri khas Kota Pontianak ke tingkat provinsi dan nasional.
- c. Peningkatan efisiensi serta produktivitas industri untuk meningkatkan keunggulan komparatif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Melakukan penataan industri pendukung terhadap industri di bidang ekonomi kreatif.
  - 2) Melakukan penataan sebaran industri yang mendukung penciptaan kluster industri ekonomi kreatif.
- d. Peningkatan inovasi bermuatan lokal, untuk menciptakan keunggulan kompetitif; dengan strategi pengembangan sebagai berikut: Melakukan sosialisasi tentang pasar, desain, hasil penelitian, dan perkembangan teknologi yang terkait dengan pengembangan industri di bidang ekonomi kreatif.
- e. Pembentukan basis-basis teknologi pendukung industri di bidang ekonomi kreatif menuju kluster teknologi; dengan strategi pengembangan sebagai berikut:
  - 1) Mengoptimalkan peran lembaga penelitian, LSM dan perguruan tinggi untuk mengembangkan teknologi yang mendukung pengembangan industri di bidang ekonomi kreatif.



- 2) Mengembangkan inkubator-inkubator teknologi untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif.

### **7.3 RENCANA AKSI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK TAHUN 2018-2022**

Arah Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak selanjutnya dijabarkan kedalam Rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif Kota Pontianak. Rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif Kota Pontianak tahun 2018-2022 secara rinci tercantum pada tabel 7.4 matrik rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif Kota Pontianak.

Pelaksanaan strategi dan rencana aksi yang telah disusun tidak boleh terlepas dari kolaborasi quad-helix antara (a) pemerintah, (b) swasta, (c) intelektual, dan (d) komunitas. Inti dari solusi dari pengembangan ekonomi kreatif adalah konektivitas antara pemerintah, pelaku usaha ekonomi kreatif, gabungan kelompok usaha, SMK, BLK, perusahaan dan institusi pendidikan politeknik dan universitas sebagai tempat cendekiawan.

Kolaborasi quad-helix dapat dijelaskan sebagai berikut:

2. Pengembangan ekonomi kreatif dikuatkan dengan kurikulum yang menunjang hal tersebut yang diberikan di sekolah-sekolah vokasi baik SMK dan politeknik dengan tujuan inovasi dan kreativitas produk akan maju dan berkembang. Hal ini dapat mengimbangi stagnannya inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk di kalangan pelaku ekonomi kreatif.
3. Pelaku usaha ekonomi kreatif hendaknya bersama-sama membentuk gabungan kelompok usaha untuk menguatkan posisi mereka di masyarakat dan memudahkan mereka dalam

berkomunikasi baik dengan pemerintah, pelanggan, supplier, maupun kelompok usaha di luar daerah. Dengan demikian jaringan pemasaran dan informasi mengenai produk dan usaha baik dalam skala lokal, nasional dan internasional dapat lebih mudah diwujudkan.

3. Perusahaan atau bisnis berperan membantu usaha ekonomi kreatif dalam hal pendanaan dan pendampingan manajemen bisnis melalui program CSR. Hal ini ditujukan untuk mengurangi beban pemerintah dalam mengatasi kesulitan permodalan di kalangan pengusaha ekonomi kreatif.
4. Universitas dan politeknik melakukan transfer *knowledge* kepada pelaku ekonomi kreatif dalam hal manajemen bisnis seperti strategi pemasaran, keuangan dan hukum maupun dalam pengembangan inovasi produk dalam hal teknologi khususnya.

Implementasi pengembangan ekonomi kreatif juga tidak boleh lepas dengan pembentukan ekosistem kreatif, dimana masyarakat diberi peluang dan kebebasan untuk berinteraksi sosial dalam rangka mengembangkan ide-ide kreatifnya. Oleh sebab itu, pemerintah hendaknya menyediakan ruang terbuka hijau dengan memberikan akses wifi dengan bandwidth yang memadai sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses internet. Dengan demikian diharapkan, lingkungan yang demikian akan mendukung terwujudnya masyarakat kreatif sehingga inovasi produk akan berlangsung secara berkelanjutan.



Tabel 7.4  
Matrik Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak Tahun 2018-2022

No	Tujuan dan Sasaran	Strategi	Rencana Aksi (Indikasi Kegiatan)	SKPD Utama
<b>A</b>	<b>PENCIPTAAN IKLIM YANG MENDORONG KREATIVITAS MASYARAKAT</b>			
1.	Peningkatan Penghargaan Kepada Insan Kreatif Kota Pontianak	a. Memberikan dukungan kepada insane kreatif berbakat yang mendapat kesempatan di tingkat provinsi, nasional dan internasional. b. Memberikan apresiasi/penghargaan kepada insan kreatif Kota Pontianak. c. Memberikan dukungan penyelenggaraan kegiatan masyarakat yang terkait 16 sub sektor ekonomi Kreatif.	a. Fasilitasi partisipasi insan kreatif berprestasi pada lomba tingkat provinsi, nasional dan internasional. b. Penyelenggaraan lomba dan event-event ekonomi kreatif Kota Pontianak (Sayembara desain arsitektur, desain produk, desain batik, desain fesyen, film, musik, kesenian, permainan interaktif, dll)	– Dinas Pendidikan dan Kebudayaan – Dinas Kepemudaan, Olah Raga dan Pariwisata – Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan
2	Penciptaan database dan jejaring insan kreatif di dalam negeri;	a. Membangun database dan cerita sukses insan kreatif dan produk kreatif Kota Pontianak. b. Memfasilitasi pengembangan jejaring dan mendorong kerja sama antar insan kreatif Kota Pontianak dengan insane kreatif di daerah lain. c. Mendorong dan memfasilitasi insane kreatif dari daerah lain datang ke Kota Pontianak untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan serta membangun jejaring	a. Pemetaan potensi produk ekonomi kreatif Kota Pontianak. b. Penyusunan portal/data base pusat informasi ekonomi kreatif kota Pontianak. c. Fasilitasi pengembangan jejaring antar insan kreatif.	– Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan



No	Tujuan dan Sasaran	Strategi	Rencana Aksi (Indikasi Kegiatan)	SKPD Utama
		bisnis di bidang ekonomi kreatif.		
3	Penguatan iklim usaha kondusif bagi investasi teknologi pendukung ekonomi kreatif	a. Memperbaiki regulasi, pelayanan dan fasilitasi kemudahan perijinan usaha ekonomi kreatif. b. Melakukan sosialisasi kebijakan perijinan usaha/industri dibidang ekonomi kreatif.	a. Penyusunan standar operasional prosedur pelayanan perijinan usaha. b. Sosialisasi regulasi dibidang perijinan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif.	– Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu – Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan
4	Peningkatan apresiasi terhadap budaya daerah dan kearifan lokal	a. Mengkampanyekan penggunaan produk kreatif Kota Pontianak sebagai upaya penciptaan pasar bagi produk kreatif di luar daerah melalui pemanfaatan event atau kegiatan masyarakat sebagai media bagi pengembangan ekonomi kreatif. b. Mendorong penciptaan produk kreatif yang mengintegrasikan budaya lokal dan kecenderungan yang diminati oleh pasar di dalam daerah dan luar daerah.	a. Penyelenggaraan event budaya daerah. b. Penganugerahan penghargaan bagi kelompok seni berprestasi	– Dinas Komunikasi dan Informatika
5	Penciptaan infrastruktur yang mendukung kegiatan ekonomi kreatif	a. Menciptakan ruang publik terbuka (misalnya taman kota) untuk asimilasi nilai-nilai dan pertukaran pengetahuan antar pemangku kepentingan di bidang ekonomi kreatif. b. Menciptakan bangunan gedung serbaguna sebagai ruang bagi kegiatan ekonomi kreatif seperti pertunjukkan seni, pameran dan lain sebagainya.	a. Pembangunan taman kreatif Kota Pontianak b. Pembangunan Gedung serbaguna sebagai pusat kegiatan ekonomi kreatif	– Badan Lingkungan Hidup – Dinas PU dan Penataan Ruang
6	Penciptaan skema dan lembaga pembiayaan yang mendukung	a. Mendorong dan memfasilitasi terciptanya skema pembiayaan yang sesuai bagi industri ekonomi kreatif.	a. Fasilitasi kerjasama penyediaan skema pembiayaan bagi industri	– Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan



No	Tujuan dan Sasaran	Strategi	Rencana Aksi (Indikasi Kegiatan)	SKPD Utama
	tumbuh kembangnya industri di bidang ekonomi kreatif	b. Mengembangkan lembaga pembiayaan keuangan non bank di sentra-sentra industri kreatif.	kreatif dengan lembaga perbankan. b. Pembentukan koperasi simpan pinjam di sentra-sentra industri kreatif.	
<b>B</b>	<b>PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PENCIPTAAN NILAI KREATIF</b>			
1.	Peningkatan Jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) kreatif yang berkualitas di Kota Pontianak	a. Mengembangkan kurikulum pendidikan dan pelatihan, dan kegiatan ekstrakurikuler di sekolah yang berorientasi pada pembentukan kreativitas dan kewirausahaan pada anak didik sedini mungkin. b. Memperkuat akses pertukaran informasi dan pengetahuan ekonomi kreatif dalam masyarakat.	a. Pengembangan jurusan SMK berbasis ekonomi kreatif (misalnya computer, Desain Grafis, fotografi, dll). b. Pengembangan ekstrakurikuler sekolah yang telah ada (misalnya seni pertunjukan, musik) dan penyediaan ekstrakurikuler baru (misalnya pengembangan desain, fotografi, kerajinan, permainan interaktif). c. Penyelenggaraan pelatihan usaha ekonomi kreatif.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas Pendidikan dan Kebudayaan</li> <li>- Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan</li> </ul>
2.	Peningkatan jumlah lembaga pendidikan, pelatihan formal dan non formal bermutu yang mendukung penciptaan insan kreatif.	a. Mendorong pihak swasta untuk membangun lembaga pendidikan dan pelatihan yang berkualitas dengan biaya terjangkau dalam bidang ekonomi kreatif. b. Penyediaan sarana dan prasarana pendidikan non formal berbasis ekonomi	a. Koordinasi pengembangan lembaga pendidikan dan pelatihan berbasis ekonomi kreatif dengan pengusaha. b. Fasilitasi pengembangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinas Pendidikan dan Kebudayaan</li> <li>- Dinas Kepemudaan, Olah Raga dan Pariwisata</li> </ul>



No	Tujuan dan Sasaran	Strategi	Rencana Aksi (Indikasi Kegiatan)	SKPD Utama
		kreatif.	dan penyediaan sarana dan prasarana lembaga pendidikan non formal berbasis ekonomi kreatif.	
3.	Peningkatan jumlah wirausahawan dibidang ekonomi kreatif.	a. Memberikan kemudahan dalam memulai dan menjalankan usaha bagi para wirausahawan baru di bidang ekonomi kreatif b. Mendorong wirausahawan sukses untuk berbagi pengalaman dan keahlian kepada masyarakat untuk menciptakan wirausahawan kreatif baru.	a. Fasilitasi perijinan usaha bagi wirausahawan baru di bidang ekonomi kreatif. b. Seminar enterpreunership ekonomi kreatif c. Temu bisnis ekonomi kreatif Kota Pontianak	– Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu
4.	Penguatan kapasitas penguasaan teknologi dan kemampuan pemanfaatan komputer di bidang ekonomi kreatif	a. Meningkatkan kualitas lembaga pendidikan dan pelatihan teknologi informasi dan komunikasi di bidang ekonomi kreatif. b. Mengintensifkan kerjasama riset dan teknologi di bidang ekonomi kreatif multidisiplin antar institusi pendidikan terutama perguruan tinggi berbasis teknologi informasi.	a. Pelatihan teknologi informasi dan komputer bagi tenaga pengajar lembaga pendidikan dan pelatihan. d. Koordinasi pengembangan kerjasama riset dan teknologi di bidang ekonomi kreatif.	– Dinas Pendidikan dan Kebudayaan – Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan
5.	Peningkatan daya tarik industri di bidang ekonomi kreatif	a. Memperluas jangkauan distribusi pemasaran produk kreatif Kota Pontianak di luar daerah. b. Meningkatkan apresiasi pasar di luar daerah terhadap produk kreatif	a. Penyusunan database pemasaran produk dan jasa ekonomi kreatif Kota Pontianak. b. Fasilitasi promosi produk UMKM dan industri kreatif	– Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan



No	Tujuan dan Sasaran	Strategi	Rencana Aksi (Indikasi Kegiatan)	SKPD Utama
		Kota Pontianak.	Kota Pontianak secara online. c. Fasilitasi UMKM dan industri kreatif pada pameran di luar daerah.	
<b>C</b>	<b>PENINGKATAN PELUANG ATAU PERMINTAAN TERHADAP PRODUK KREATIF</b>			
1.	Peningkatan kesadaran dan penghargaan daerah lain terhadap produk kreatif Kota Pontianak	Mempromosikan produk kreatif yang memiliki nilai ekonomis dan membawa ciri khas Kota Pontianak ke tingkat provinsi dan nasional.	Penyelenggaraan pameran produk ekonomi kreatif Kota Pontianak.	– Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan
2.	Peningkatan efisiensi serta produktivitas industri untuk meningkatkan keunggulan komparatif	a. Melakukan penataan industri pendukung terhadap industri ekonomi kreatif. b. Melakukan penataan sebaran industri yang mendukung penciptaan klaster industri ekonomi kreatif.	a. Pengembangan cluster industri kreatif Kota Pontianak b. Penataan sentra industri kreatif Kota Pontianak.	– Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan
3.	Peningkatan inovasi bermuatan lokal, untuk menciptakan keunggulan kompetitif	Melakukan sosialisasi tentang pasar, desain, hasil penelitian, dan perkembangan teknologi yang terkait dengan pengembangan industri di bidang ekonomi kreatif.	Sosialisasi tentang pasar, desain, hasil penelitian, dan perkembangan teknologi ekonomi kreatif.	– Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan
4.	Pembentukan basis-basis teknologi pendukung industri di bidang ekonomi kreatif menuju klaster teknologi	a. Mengoptimalkan peran lembaga penelitian, LSM dan perguruan tinggi untuk mengembangkan teknologi yang mendukung pengembangan industri di bidang ekonomi kreatif. b. Mengembangkan inkubator-inkubator teknologi untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif.	a. Kajian tentang basis teknologi pendukung ekonomi kreatif Kota Pontianak. b. Fasilitasi kerjasama pengembangan teknologi pendukung industri ekonomi kreatif.	– Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan.



Tabel 7.5  
Matrik Pentahapan Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Pontianak

No	Rencana Aksi (Indikasi Kegiatan)	2018	2019	2020	2021	2022	SKPD Utama
1.	Fasilitasi partisipasi insan kreatif berprestasi pada lomba tingkat provinsi, nasional dan internasional.	√	√	√	√	√	Dinas Pendidikan, pemuda dan OR
2.	Penyelenggaraan lomba ekonomi kreatif Kota Pontianak (Sayembara desain arsitektur, desain produk, desain batik, desain fesyen, film, musik, kesenian, permainan interaktif, dll)	√	√	√	√	√	Disperindagkop dan KUKM, dan Dishubkominfobudpar
3.	Pemetaan potensi produk ekonomi kreatif Kota Pontianak.	√					Disperindagkop dan
4.	Penyusunan portal/data base pusat informasi ekonomi kreatif kota Pontianak.	√					Disperindagkop dan KUKM
5.	Fasilitasi pengembangan jejaring antar insan kreatif.	√					Disperindagkop dan
6.	Penyusunan standar operasional prosedur pelayanan perijinan usaha.	√					Kantor Pelayanan Perijinan
7.	Sosialisasi regulasi dibidang perijinan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif.		√				Disperindagkop dan KUKM
8.	Penyelenggaraan festival/event budaya daerah (Pontianak Carnival Centre, Hari Jadi Kota Pontianak)	√	√	√	√	√	Dishubkominfobudpar
9.	Penganugerahan penghargaan bagi kelompok seni berprestasi		√	√	√	√	Dishubkominfobudpar
10.	Pembentukan forum pengembangan ekonomi kreatif Kota Pontianak.	√					Disperindagkop dan KUKM
11.	Pembinaan komunitas kreatif Kota Pontianak.	√	√				Disperindagkop dan
12.	Pembangunan taman ekonomi kreatif Kota Pontianak.		√				Badan Lingkungan

No	Rencana Aksi (Indikasi Kegiatan)	2018	2019	2020	2021	2022	SKPD Utama
13.	Fasilitasi kerjasama penyediaan skema pembiayaan bagi pelaku ekonomi kreatif dengan lembaga perbankan.		√				Disperindagkop dan KUKM
14.	Pembentukan koperasi simpan pinjam di sentra-sentra industri kreatif.		√				Disperindagkop dan KUKM
15.	Fasilitasi permodalan usaha bagi pelaku ekonomi kreatif.		√	√	√	√	Disperindagkop dan
16.	Pengembangan jurusan SMK berbasis ekonomi kreatif (misalnya computer, Desain Grafis, fotografi, dll).	√	√	√	√	√	Dinas Pendidikan, pemuda dan OR
17.	Pengembangan ekstrakurikuler sekolah yang telah ada (misalnya seni pertunjukan, musik) dan penyediaan ekstrakurikuler baru (misalnya pengembangan desain, fotografi, kerajinan, permainan interaktif).	√	√	√	√	√	Dinas Pendidikan, pemuda dan OR
18.	Penyelenggaraan pelatihan usaha ekonomi kreatif.	√	√	√	√	√	Disperindagkop dan
19.	Koordinasi pengembangan lembaga pendidikan dan pelatihan berbasis ekonomi kreatif dengan pengusaha.	√					Dinas Pendidikan, pemuda dan OR
20.	Fasilitasi pengembangan dan penyediaan sarana dan prasarana lembaga pendidikan non formal berbasis ekonomi kreatif.		√	√	√	√	Dinas Pendidikan, pemuda dan OR
21.	Fasilitasi perijinan usaha bagi wirausahawan baru di bidang ekonomi kreatif.		√	√	√	√	Kantor Pelayanan Perijinan
22.	Seminar entrepreneurship ekonomi kreatif	√					Disperindagkop dan
23.	Temu bisnis ekonomi kreatif Kota Pontianak		√				Disperindagkop dan
24.	Pelatihan teknologi informasi dan komputer bagi tenaga pengajar lembaga pendidikan dan pelatihan.	√	√	√	√	√	Dinas Pendidikan, pemuda dan OR
25.	Koordinasi pengembangan kerjasama riset dan teknologi di bidang ekonomi kreatif.		√				Disperindagkop dan KUKM



No	Rencana Aksi (Indikasi Kegiatan)	2018	2019	2020	2021	2022	SKPD Utama
26.	Penyusunan database pemasaran produk dan jasa ekonomi kreatif Kota Pontianak.	√					Disperindagkop dan KUKM
27.	Fasilitasi promosi produk UMKM dan industri kreatif Kota Pontianak secara online.		√	√	√	√	Disperindagkop dan KUKM
28.	Fasilitasi UMKM dan industri kreatif pada pameran di luar daerah.	√	√	√	√	√	Disperindagkop dan KUKM
29.	Penyelenggaraan pameran produk ekonomi kreatif Kota Pontianak.	√	√	√	√	√	Disperindagkop dan KUKM
30.	Pengembangan cluster industri kreatif Kota Pontianak.	√	√	√	√	√	Disperindagkop dan KUKM
31.	Penataan sentra industri kreatif Kota Pontianak.	√					Disperindagkop dan KUKM
32.	Sosialisasi tentang pasar, desain, hasil penelitian dan perkembangan teknologi ekonomi kreatif.			√	√	√	Disperindagkop dan KUKM
33.	Kajian tentang basis teknologi pendukung ekonomi kreatif Kota Pontianak.		√				Disperindagkop dan KUKM
34.	Fasilitasi kerjasama pengembangan teknologi pendukung industri ekonomi kreatif.			√	√	√	Disperindagkop dan KUKM

Sumber : Hasil Analisis, Data Olahan 2017





#### **7.4 KEBIJAKAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KOTA PONTIANAK YANG SINERGI DENGAN PROGRAM P2WKSS**

Peran perempuan dalam perekonomian nasional telah diarahkan, baik oleh UUD 1945, maupun GBHN Tahun 1999-2004. UUD tahun 1945 hasil amandemen ke empat 2002 menegaskan bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Sementara GBHN 1999-2004 menggariskan bahwa dengan kondisi umum status dan peranan perempuan dalam masyarakat masih bersifat subordinatif dan belum sebagai mitra sejajar dengan laki-laki, maka pembangunan ekonomi diarahkan untuk memperbaiki, membina, dan mengembangkan seluruh potensi ekonomi nasional yang berkeadilan dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, nilai-nilai keadilan, kepentingan sosial, kualitas hidup, pembangunan berwawasan lingkungan dan berkelanjutan sehingga terjamin kesempatan yang sama dalam berusaha dan bekerja, perlindungan hak-hak konsumen, serta perlakuan yang adil bagi seluruh masyarakat.

Pola pendorong perekonomian dunia mulai mengalami pergeseran atau perubahan. Pergeseran ini dimulai dari perekonomian yang berbasis industri menjadi perekonomian yang didorong oleh kreatifitas. Perekonomian yang berbasis kreatifitas ini kemudian disebut ekonomi kreatif. Sebagai pola pendorong baru dalam perekonomian yang berbasis pada kreatifitas, maka hal ini sangat berkaitan erat dengan sumberdaya manusia. Sumberdaya manusia menjadi basis penggerak utama dalam ekonomi kreatif.



Sementara itu, kondisi sumberdaya manusia yang dalam hal ini penduduk di Indonesia secara kuantitas adalah besar dan dari sisi kualitas relatif mengalami perbaikan. Prediksi yang dilakukan oleh BKKBN menyatakan bahwa pada tahun 2020 hingga 2030 Indonesia akan mengalami Bonus Demografi atau dapat diartikan komposisi penduduk produktif (usia kerja) lebih banyak dibandingkan dengan penduduk tidak produktif (usia anak-anak dan usia tua) dan dimana pada saat terjadi Bonus Demografitersebut terdapat 80% komposisi penduduk didominasi oleh perempuan.

Perempuan merupakan salah satu aktor dalam pembangunan ekonomi modern dimana terdapat kuantitas yang cukup besar di Indonesia. Prediksi para ahli terjadinya bonus demografi di Indonesia pada tahun 2020 hingga 2030 dengan 80% dominasi oleh kaum perempuan harus dikelola dengan baik dengan cara mengarahkan kepada sektor industri kreatif. Hal ini mengingat bahwa kondisi sosial ekonomi dan kultur masyarakat yang masih mengesampingkan peran perempuan dalam aspek pembangunan segala bidang. Fakta ini dapat diukur dengan menggunakan Indeks Pembangunan Gender (IPG) yang menunjukkan mayoritas perempuan di Indonesia masih memiliki keterbatasan dalam aktualisasi diri. Agar mencapai *positive demographic bonus* (memanfaatkan peluang adanya Bonus Demografi) dan peningkatan perekonomian Indonesia nantinya, maka peran perempuan mutlak perlu dioptimalkan dan dipersiapkan sejak awal.

Begitu juga dengan peningkatan perekonomian di Kota Pontianak, peran Perempuan menjadi strategis dengan adanya program terpadu P2WKSS (Peningkatan Peranan Wanita menuju Keluarga



Sehat dan Sejahtera). Program-program P2WKSS yang sudah berjalan di Kota Pontianak, isinya adalah pelatihan-pelatihan untuk menciptakan dan meningkatkan industri kreatif yang digerakan oleh perempuan/wanita.

Kebijakan mikro strategis yang berhubungan dengan pemberdayaan perempuan berupa kebijakan yang mendukung pengembangan program atau regulasi dalam perluasan kesempatan, pemberdayaan, peningkatan kapasitas dan perlindungan sosial. Pengembangan program ini harus konsisten dengan kebijakan-kebijakan di tingkat makro. Sebab itu dengan mengacu kepada kebijakan makro operasional, kebijakan mikro strategis lebih diarahkan kepada kebijakan yang mendukung program-program sektoral mengingat kebijakan pemberdayaan perempuan merupakan kebijakan lintas pelaku. Untuk itu ditetapkan **Kebijakan Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan** sebagai kebijakan pengembangan ekonomi kreatif yang sinergi dengan program P2WKSS.

Kebijakan Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan diarahkan untuk mensinergikan seluruh kekuatan yang ada, baik kekuatan sektor pemerintah, non-pemerintah, Perguruan Tinggi, perbankan, maupun kekuatan masyarakat umum untuk secara bersama-sama dan harmonis mengupayakan peningkatan produktivitas ekonomi perempuan. Kebijakan tersebut antara lain:

1. Peningkatan produktivitas ekonomi perempuan dalam sektor pelaksana program pemberdayaan ekonomi rakyat.
2. Menumbuh-kembangkan kepedulian pihak-pihak luar pemerintahan dalam meningkatkan produktivitas ekonomi perempuan melalui pembinaan kewirausahaan bagi usaha



mikro dan kecil yang dikelola dan dijalankan oleh kaum perempuan.

3. Pengembangan model peningkatan produktivitas ekonomi perempuan melalui kemitraan antara pemerintah dan masyarakat.
4. Pengembangan model desa Perempuan Indonesia Maju Mandiri (PRIMA) dalam upaya pengurangan beban keluarga miskin.

Dalam rangka mencapai keberhasilan Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan, berbagai factor lingkungan strategis perlu mempertimbangkan:

- a. Demokratisasi sebagai wujud kehendak politik masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan, menghendaki adanya perumusan kebijakan pemberdayaan perempuan di bidang ekonomi yang disusun secara terbuka yang melibatkan unsure masyarakat secara luas, sehingga diperoleh komitmen yang kuat tentang tatanan ekonomi yang hendak dibangun dan bagaimana cara mencapinya.
- b. Desentralisasi yang diwujudkan dalam bentuk otonomi daerah mengendaki adanya ruang gerak yang memadai bagi daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangga masing-masing. Sehubungan dengan itu perumusan kebijakan pemberdayaan perempuan di bidang ekonomi hendaknya tetap dalam kerangka pembangunan nasional namun tetap mempertimbangkan berbagai potensi sumberdaya dan karakteristik setempat.
- c. Globalisasi yang dipacu kemajuan teknologi informasi dan transportasi yang sangat pesat, menyebabkan meningkatnya arus informasi, barang, jasa dan sumberdaya pembangunan yang seolah tidak mengenal lagi batas-batas negara.



Pemberdayaan Perempuan di Bidang Ekonomi hendaknya mampu mengambil nilai-nilai sosial budaya asing yang bermanfaat dan mensinergikannya dengan nilai-nilai sosial lokal.

Dengan mempertimbangkan kesiapan sumberdaya yang ada, maka strategi yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran adalah sebagai berikut:

- a. Memperkuat, memfasilitasi dan menjembatani Sektor, LSM dan Perguruan Tinggi dalam pemberdayaan perempuan di bidang ekonomi di Kota Pontianak.
- b. Meningkatkan pengetahuan, sikap dan ketrampilan mengelola dalam pelaksanaan pemberdayaan perempuan di bidang sosial dan ekonomi.
- c. Meningkatkan dan pengembangan kemitraan dan jejaring kerja (net working).

## **7.5 METODE KERJA MENSINERGIKAN EKONOMI KREATIF KOTA PONTIANAK DENGAN PROGRAM P2WKSS**

Memperhatikan karakteristik kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh perempuan serta arahan kebijakan dalam proses pemberdayaannya, dan sesuai dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kota Pontianak yang telah dijelaskan diatas, maka pelaksanaan pemberdayaan ekonomi perempuan hendaknya dilakukan dengan langkah-langkah strategi sebagai berikut :

### **1) Pelaksanaan pemberdayaan melalui sistem kelembagaan/kelompok**

Keterbatasan-keterbatasan yang ada baik pada sisi individu kelompok sasaran serta proses pelaksanaan di lapangan,

menjadi akan lebih efisien dan efektif apabila proses pemberdayaan perempuan dilakukan dalam struktur kelembagaan atau kelompok daripada pemberdayaan secara individual. Dalam mekanisme kelembagaan, maka masing-masing individu yang menjadi kelompok sasaran disatukan dalam wadah kelompok usaha produktif berdasarkan kriteria tertentu seperti kesamaan lapangan usaha dan kesamaan geografis. Dengan mekanisme kelembagaan ini, diharapkan akan terbangun kerjasama yang erat berdasarkan prinsip kemitraan yang dilandasi oleh semangat kekeluargaan, kebersamaan, dan saling percaya diantara masing-masing anggota kelompok usaha. Kelembagaan usaha produktif ini dibina dan dikembangkan secara bertahap, mulai dari pembentukan, penguatan dan kemudian pengembangan. Penguatan kelembagaan berarti menjadikan kelembagaan sedemikian rupa sehingga lembaga yang dibentuk mampu menjalankan tugas dan fungsi dasarnya dengan baik. Apabila tugas awal telah mampu dilaksanakan dengan baik, baru dilakukan pengembangan kelembagaan, baik dalam arti pengembangan fungsi dan tugasnya maupun pengembangan unit-unit kegiatan/usaha lembaga tersebut.

**2) Program pemberdayaan harus spesifik sesuai kebutuhan kelompok sasaran**

Kemiskinan yang dialami kaum perempuan serta masyarakat memiliki keragaman karakteristik yang melatarbelakanginya. Untuk itu, agar program pemberdayaan perempuan dapat berlangsung efektif, maka muatan program pemberdayaan haruslah sesuai dengan karakteristik kondisi dan permasalahan yang dihadapi kelompok sasaran program.



Permasalahan kelompok perempuan miskin di perkotaan, termasuk di Kota Pontianak ini pada aspek tertentu memiliki perbedaan dengan permasalahan kelompok perempuan miskin di perdesaan. Perbedaan atau karakteristik yang khas juga ditemui dalam konteks kondisi dan permasalahan kemiskinan di kalangan perempuan petani, perempuan nelayan, atau perempuan yang bergelut dalam sektor industri pengolahan (baik sebagai buruh maupun pengusaha mikro-kecil). Konsekuensinya, muatan program pemberdayaan perempuan tidak dapat digeneralisir, namun harus disusun secara spesifik sesuai dengan kelompok sasarannya.

### **3) Pengembangan kelembagaan keuangan mikro tingkat lokal**

Sebagai konsekuensi dari dianutnya sistem dana bergulir dalam proses pemberian bantuan modal kerja, maka akan dibutuhkan adanya kelembagaan pengelola proses perguliran dana tersebut guna dapat menjamin kesinambungan dan pertanggungjawaban pengelolaan dana bergulir. Sesuai dengan lingkup kelompok sasaran dan besaran dana yang dikelola, maka lembaga pengelola tersebut dapat berwujud lembaga keuangan mikro di tingkat lokal yang harus dilengkapi dengan legalitas dan struktur organisasi yang jelas. Lembaga pengelola tersebut harus dibentuk dan disesuaikan dengan budaya dan kebutuhan dari masyarakat lokal, sehingga keberadaannya akan lebih tertanam dan dihargai dalam sistem kemasyarakatan yang ada. Pada tahap lanjut lembaga ini dapat dikembangkan sebagai lembaga perekonomian dalam skala mikro yang dapat berfungsi seperti koperasi, BMT, bahkan BPR. Selain itu lembaga ini dapat pula menjadi tempat bagi masyarakat untuk berkonsultasi dalam meningkatkan usaha mereka, lembaga penampung dan membantu proses

pemasaran hasil produksi dan pasar, serta mediator dalam upaya pengembangan jaringan kemitraan dan pemasaran yang lebih luas.

**4) Penyediaan modal awal untuk menjalankan usaha ekonomi produktif**

Pada beberapa kelompok sasaran, mungkin akan dibutuhkan bantuan penyediaan modal awal untuk melakukan kegiatan usaha ekonomi produktif. Hal ini karena kelompok sasaran benar-benar miskin dalam arti tidak memiliki barang modal yang dapat dipergunakan untuk memulai kegiatan usahanya (seperti kelompok buruh tani, dll). Modal awal ini dapat berupa tanah/lahan atau alat produksi. Perlu dihindari penyediaan modal awal dalam wujud uang tunai.

**5) Pengembangan usaha ekonomi produktif yang berkesinambungan**

Proses pemberdayaan tidak cukup hanya berupa kesadaran akan kesetaraan gender atau peningkatan pengetahuan dan keterampilan semata, tetapi harus secara nyata dituangkan dalam wujud pelaksanaan aktivitas ekonomi yang bersifat produktif. Kegiatan ekonomi ini dapat merupakan pengembangan lapangan usaha yang memang telah dilaksanakan kelompok sasaran sebelumnya (sepanjang masih layak secara ekonomis) maupun pengembangan lapangan usaha baru. Kegiatan ekonomi yang dikembangkan hendaknya didukung oleh potensi ketersediaan bahan baku dan bahan pendukung di Kota Pontianak, merupakan produk unggulan di Kota Pontianak (bersifat komparatif maupun kompetitif), serta dibutuhkan dan memiliki pasar yang nyata (*demand and market driven*) agar berkesinambungan.

**6) Pelibatan keluarga/suami kelompok sasaran**

Pada kelompok sasaran tertentu (seperti yang telah berkeluarga), program pemberdayaan perempuan harus memperhatikan pula keterlibatan peran keluarga dan atau suami dari pihak perempuan yang menjadi kelompok sasaran. Pihak keluarga dan suami tersebut diharapkan dapat memberikan dukungan kepada isteri/ anggota keluarganya yang menjadi kelompok sasaran program pemberdayaan, baik dalam wujud pemberian motivasi dan kesempatan untuk melakukan usaha yang menghasilkan secara ekonomi, dimana hal ini mungkin merupakan sesuatu yang relatif baru atau bahkan tabu di kalangan kehidupan komunitas tertentu. Pihak keluarga juga perlu mendapat pemahaman dalam beberapa aspek krusial, seperti mengenai dana bantuan modal kerja yang diterima. Mereka harus memahami bahwa dana bantuan itu merupakan dana untuk modal kerja (bukan untuk keperluan rumah tangga) yang menjadi milik dan tanggung jawab bersama secara kelompok (tanggung renteng) serta terdapat kewajiban untuk mengembalikan agunan.

**7) Keterpaduan peran serta seluruh pemangku kepentingan (stakeholders)**

Proses pemberdayaan perempuan membutuhkan adanya dukungan dari berbagai pemangku kepentingan (stakeholders) secara terpadu, baik dari unsur pemerintah, masyarakat, LSM, dan dunia usaha. Di tingkat pemerintahan, proses ini membutuhkan dukungan secara lintas sektoral baik di tingkat pusat, propinsi, dan kab/kodya

**8) Penyediaan dan peningkatan kemudahan akses terhadap modal usaha**

Sejalan dengan pemberdayaan kapasitas SDM, maka dalam tahap selanjutnya perlu diberikan modal bagi kelompok sasaran untuk mulai menjalankan atau mengembangkan usaha ekonomi produktif yang dilakukannya. Pnyediaan dan peningkatan kemudahan untuk memperoleh akses terhadap sumber permodalan sangat diperlukan mengingat masih terbatas dan lemahnya akses yang dimiliki pengusaha mikro dan kecil pada umumnya (apalagi yang baru memulai usahanya) untuk memperoleh bantuan (kredit) modal kerja dari sumber-sumber modal yang ada.

**9) Fasilitasi bantuan permodalan untuk pemupukan permodalan wilayah**

Berbagai banuan permodalan yang diberikan, hendaknya bukan merupakan dana hibah cuma-cuma yang selamanya akan menjadi milik kelompok sasaran yang menerimanya. Banyak bukti yang menunjukkan bahwa mekanisme seperti ini cenderung menjadikan penggunaan dana tidak dapat dipertanggungjawabkan serta kurang memberikan dampak signifikan dan berkelanjutan terhadap proses perkembangan usaha ekonomi produktif. Dalam mekanisme hibah/bantuan, penerima dana cenderung bersikap kurang peduli mengenai pengelolaan dana bantuan karena dana yang diterima telah dianggap dana milik sendiri. Alternatif yang dapat dipilih untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan menjadikan dana bantuan tersebut sebagai dana bergulir. Jadi walaupun sifatnya merupakan dana hibah, kelompok penerima tetap memiliki kewajiban untuk mengembalikan dana kepada pengelola untuk kemudian digulirkan kepada kelompok perempuan miskin lainnya. Cara ini akan lebih menjamin pelaksanaan program secara berkelanjutan sekaligus lebih



mencerminkan prinsip keadilan bagi kelompok perempuan miskin lain yang belum menerima dana modal kerja ini (mengingat pada saatnya mereka akan menerima bantuan modal kerja sesuai tahap perguliran yang berlangsung).

#### **10) Pemantapan sistem pendampingan untuk kemandirian kelompok**

Sistem Pendampingan ini bersifat mandiri dan telah berjalan baik yang dilakukan oleh relawan, LSM, Perguruan Tinggi atau petugas pemerintah. Petugas Pendamping ini adalah anggota masyarakat (infrasuktur), LSM, Organisasi Sosial, Yayasan, Lembaga Keekerabatan, dll yang memiliki pengetahuan dan kemampuan atau memiliki kapasitas dan kapabilitas serta diterima masyarakat sebagai pembimbingan dan pendampingan.

Diharapkan dengan beberapa strategi diatas, program P2WKSS di Kota Pontianak dapat sinergi dengan pengembangan ekonomi kreatif, dimana kaum perempuan akan memiliki peranan yang cukup strategis dalam pengembangan ekonomi khususnya ekonomi kreatif di Kota Pontianak. Tidak hanya untuk pengembangan kreatifitas dirinya sendiri tetapi peran perempuan sebagai ibu menjadi sangat penting untuk melahirkan serta mendidik generasi penerus yang juga mempunyai kreatifitas tinggi sehingga menjadi proses yang berkelanjutan.



## 8

## PENUTUP

**8.1 KESIMPULAN**

Dari kajian potensi unggulan ekonomi kreatif yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang penting dari kajian ini, sehingga kajian ini menjadi kajian yang lebih bermanfaat bagi pengembangan ekonomi kreatif di Kota Pontianak kedepannya.

1. Sektor ekonomi kreatif yang berkembang di Kota Pontianak terdiri dari 16 subsektor sesuai dengan klasifikasi ekonomi kreatif yang tertuang didalam Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif.
2. Jumlah ekonomi kreatif yang terdata dan tercatat oleh bidang Ekonomi Kreatif, Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Pontianak adalah sebanyak 177 (seratus tujuh puluh tujuh) orang dengan jumlah yang paling banyak yaitu pada subsektor kuliner (24 orang) dan subsektor fotografi (24 orang), sedangkan yang paling sedikit yaitu pada subsektor periklanan (2 orang).
3. Untuk kota Pontianak, nilai kontribusi sub sektor ekonomi kreatif terhadap PDB Kota Pontianak belum ada perhitungannya secara real, namun pada kenyataannya di yang berkembang di lapangan sama dengan tiga

subsektor unggulan nasional yaitu fesyen, kuliner dan kerajinan.

4. Ekonomi kreatif di Kota Pontianak ini bergerak berbasis komunitas. Mereka yang sudah terdata meruka pelaku ekraf yang sudah lama berkarya dan menekuni bidang masing-masing, bahkan produk-produknya sudah ada yang sampai ke luar negeri. Hal tersebut menjadi potensi besar karena berkembangnya ekonomi kreatif di kota Pontianak sudah bisa berjalan dan bersaing dengan daerah bahkan negara lain.
5. Berbagai masalah dihadapi oleh masing-masing sub sektor, mulai dari ketersediaan SDM, infrastruktur, modal dan lainnya. masalah yang paling banyak menjadi kendala pelaku ekonomi kreatif di Kota Pontianak ini adalah masalah pembiayaan (modal), teknologi dan infrastruktur serta kelembagaan.
6. Pemerintah Daerah Kota Pontianak, melalui Bidang Ekonomi Kreatif telah melaksanakan beberapa program kegiatan atau event yang memfasilitasi para pelaku ekonomi kreatif dalam berkarya dan memperkenalkan karya serta produk mereka ke masyarakat Kota Pontianak. Hal ini juga sekaligus akan menjadi wadah untuk memberikan pemahaman dan edukasi kepada masyarakat tentang ekonomi kreatif dan pentingnya bagi pengembangan perekonomian daerah dalam menghadapi MEA.
7. Pengembangan ekonomi kreatif ini bisa dan bahkan harus di sinergikan dengan program P2WKSS sebagai program nasional yang fokus kepada pemberdayaan perempuan. Sinergi ekonomi kreatif dalam bentuk pelibatan wanita/perempuan dalam berbagai sub sektor ekonomi kreatif. Kaitannya dengan program P2WKSS, bahwa program tersebut merupakan program yang kegiatannya merupakan bagaimana menumbuhkan semangat para perempuan dalam berkreaitivitas menciptakan

berbagai macam produk yang bernilai ekonomi sehingga dapat meningkatkan derajat dirinya sebagai perempuan sekaligus meningkatkan ekonomi keluarganya dengan menciptakan usaha/industri kreatif sesuai kemampuan serta keahliannya.

## 8.2 REKOMENDASI

Pengembangan ekonomi kreatif harus segera dilakukan dalam rangka pengembangan ekonomi daerah untuk menghadapi tantangan diberlakukannya MEA sejak akhir 2015 lalu. Beberapa rekomendasi untuk pengembangan ekonomi kreatif, dari hasil kajian yang dilakukan di Kota Pontianak ini, antara lain:

1. Pemerintah bekerjasama dengan stakeholders terkait lainnya di bidang ekonomi kreatif menumbuhkan kesadaran, memberikan pemahaman, dan edukasi kepada masyarakat Kota Pontianak akan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif di masa sekarang ini. Sehingga tidak ada lagi orangtua yang melarang anaknya bergerak dan berkarya di subsektor ekonomi kreatif dengan alasan tidak akan menjanjikan dari segi finansial.
2. Diperlukannya dukungan dari akademisi untuk memperkuat dan menambah ilmu pengetahuan dalam mengembangkan kreatifitas serta kualitas produk-produk ekonomi kreatif.
3. Pemerintah Daerah, komunitas dan akademisi, serta pelaku bisnis harus bersama-sama berperan aktif dalam mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif di Kota Pontianak. Melalui pengembangan simpul dan jejaring ekonomi kreatif diharapkan Kota Pontianak dapat mengoptimalkan potensi daerahnya.

4. Pemerintah Daerah diharapkan menyusun banyak kebijakan terkait yang mendukung berkembangnya ekonomi kreatif di Kota Pontianak.
5. Penyediaan infrastruktur yang mendukung segala bentuk kegiatan ekonomi kreatif dilakukan oleh Pemerintah Daerah bekerjasama dengan pihak swasta.
6. Pendataan pelaku dan hal lainnya yang berkaitan dengan ekonomi kreatif harus dilakukan secara berkala sehingga dapat diketahui bagaimana perkembangan ekonomi kreatif di Kota Pontianak setiap tahunnya.
7. Kajian dan studi tentang ekonomi kreatif harus lebih diperbanyak sehingga pengembangan ekonomi kreatif dapat terus dilakukan sesuai dengan kondisi terbaru di Kota Pontianak.

