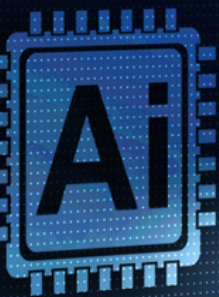
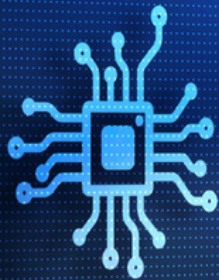




# NASKAH AKADEMIK

PENYUSUNAN KAJIAN  
EKONOMI KREATIF  
KOTA KEDIRI

DIGITAL  
TRANSFORMATION



Badan Perencanaan Pembangunan,  
Penelitian dan Pengembangan Kota  
Kediri

Pusat Penelitian Kebijakan Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Brawijaya

Tahun  
**2022**

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Kegiatan Penyusunan Naskah Akademik.....	3
1.4. Manfaat Penyusunan Naskah Akademik .....	4
1.5. Metode .....	4
1.5.1. Pendekatan Penelitian .....	4
1.5.2. Jenis Bahan Hukum .....	5
1.6. Sistem Penulisan Naskah Akademik .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
2.1. Kajian Teori .....	8
2.1.1. Pengertian Ekonomi Kreatif .....	8
2.1.2. Profil Ekonomi Kreatif Indonesia.....	10
2.1.3. Kota Kreatif .....	12
2.1.4. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Beberapa Kota di Dalam dan Luar Negeri .....	19
2.2 Kajian Hasil .....	27
<b>BAB III EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT</b> .....	<b>29</b>
<b>BAB IV EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT</b> .....	<b>36</b>
4.1. Landasan Filosofis .....	36
4.2. Landasan Sosiologis.....	37
4.2.1. Visi dan Misi Kota Kediri .....	37
4.2.2. Kondisi Umum Kota Kediri.....	37
4.3 Landasan Yuridis .....	46
<b>BAB V EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT</b> .....	<b>48</b>
<b>BAB VI EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT</b> .....	<b>70</b>
6.1. Kesimpulan .....	36
6.2. Saran .....	37

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Industri kecil memiliki peran signifikan terhadap perekonomian, sehingga pengembangan terhadap industri kecil menjadi sangat penting. Oleh karena itu, industri kecil menarik perhatian berbagai pihak, bukan hanya pemerintah, tetapi juga pihak swasta. Selain itu juga industri kecil mempunyai peranan penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pada akhir tahun 2018, Pemerintah menetapkan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 yang berisi tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2018-2025. Perpres ini kemudian ditetapkan sebagai landasan pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Arah kebijakan pembangunan ekonomi kreatif adalah memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif di sepanjang rantai nilai yang dimulai dari tahap kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, hingga konservasi.

Di Indonesia ekonomi kreatif dipahami sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berdasarkan inovasi, kreativitas dan imajinasi. Menurut Departemen Perdagangan, (2008) ada beberapa arah dari pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (creative cultural industry); (2) lapangan usaha kreatif (creative industry), atau (3) Hak Kekayaan Intelektual seperti hak cipta (copyright industry).

Strategi pengembangan subsektor ekonomi kreatif dilaksanakan sesuai kebutuhan yaitu dengan memperluas pasar produk kreatif Indonesia baik di pasar ekspor maupun pasar domestik; memfasilitasi proses kreasi seperti pembangunan ruang kreasi, jaringan orang kreatif; memfasilitasi usaha kreatif sepanjang rantai produksi dengan menyediakan akses ke sumber permodalan atau pasokan SDM produksi, akses ke pasar; dan memfasilitasi penumbuhan usaha kreatif terutama bagi usaha pemula.

Ekonomi Kreatif merupakan salah satu penggerak utama perekonomian di Indonesia pada saat ini. Ekonomi Kreatif lebih bertumpu kepada ide-ide kreatif pemikiran manusia, berbeda dengan sektor ekonomi lain yang berdasar eksploitasi sumber daya alam. Sektor ekonomi kreatif dapat mendorong daya saing nasional melalui pemanfaatan kreativitas dan

inovasi menghasilkan, perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual, serta pemanfaatan bonus demografi berupa jumlah penduduk usia produktif.

Sektor ekonomi kreatif menjadi topik pembangunan yang kerap kali dibahas karena potensinya yang besar di Indonesia, serta sifat pengembangannya yang *sustainable*. Hal ini menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor yang diharapkan mampu menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Ekonomi Kreatif tidak hanya dibangun dalam cakupan nasional, melainkan ditujukan pada skala daerah. Akan tetapi, belum semua daerah memiliki rancangan strategis terkait pengembangan ekonomi kreatifnya. Beberapa daerah yang memiliki pun belum semuanya mampu melaksanakan rancangan masing-masing karena terkendala berbagai faktor; ekonomi, sosial, dan budaya. Namun demikian, pentingnya rancangan strategis pengembangan ekonomi kreatif tetap harus disempurnakan dan diterapkan di berbagai daerah. Salah satu daerah yang memandang isu ekonomi kreatif sebagai isu strategis adalah Kota Kediri.

Untuk menyusun rancangan strategis ekonomi kreatif, maka perlu disusun dokumen Kajian Ekonomi Kreatif Kota Kediri 2021. Sebagai dasar pemikiran, dokumen ini terinspirasi oleh keberhasilan sektor kreatif di beberapa kota seperti, Kota Bandung, Kota Malang, Kota Semarang, Kota Denpasar, Kota Balikpapan, dan 5 kota kreatif lainnya versi Keputusan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 83 tahun 2019 Tentang Kabupaten/kota kreatif indonesia tahun 2019. Dokumen ini berfokus pada cara mengembangkan potensi kreatif di Kota Kediri, yang nantinya dapat digunakan sebagai rekomendasi kebijakan dan program aksi pemerintah.

Untuk menyusun rancangan strategis ekonomi kreatif, maka perlu disusun dokumen Kajian Ekonomi Kreatif Kota Kediri 2021. Sebagai dasar pemikiran, dokumen ini terinspirasi oleh keberhasilan sektor kreatif di beberapa kota seperti, Kota Bandung, Kota Malang, Kota Semarang, Kota Denpasar, Kota Balikpapan, dan 5 kota kreatif lainnya versi Keputusan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 83 tahun 2019 Tentang Kabupaten/kota kreatif indonesia tahun 2019. Dokumen ini berfokus pada cara mengembangkan potensi kreatif di Kota Kediri, yang nantinya dapat digunakan sebagai rekomendasi kebijakan dan program aksi pemerintah.

Kota Kediri merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dan daya saing yang kuat melalui produk-produk industri kreatif terbaiknya. Hal ini karena ditunjang dengan sumber daya manusia inovatif sebagai modal bagi pengembangan perekonomian masyarakat Kota Kediri. Produk-produk unggulan terbaik, antara lain kerajinan keramik, bordir, kerajinan mebel, perhiasan (aksesoris), kaligrafi, makanan dan lain-lain.

Ekonomi Kreatif yang ada di Kota Kediri mencakup industri-industri kreatif yang tersebar di seluruh wilayah Kota Kediri, dan diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian daerah secara signifikan. Berdasarkan kondisi inilah Kota Kediri melakukan Kajian Ekonomi Kreatif Kota Kediri yang akan menjadi acuan bagi masing-masing instansi terkait dalam mengembangkan dan memetakan potensi ekonomi kreatif yang berada di Kota Kediri.

Kajian ekonomi kreatif Kota Kediri paling sedikit memuat prinsip pengembangan ekonomi kreatif sesuai dengan tujuan pembangunan berkelanjutan, visi dan misi, tujuan dan ruang lingkup, arah kebijakan sasaran, strategi dan pemangku kepentingan. Ekonomi Kreatif dilaksanakan berdasarkan Rencana Induk Ekonomi Kreatif. Sedangkan Rencana Induk Ekonomi Kreatif disusun untuk jangka waktu 20 (dua puluh) tahun dan dapat ditinjau kembali setiap 5 (lima) tahun. Sehingga perlu adanya aksi untuk pengembangan ekonomi kreatif berupa langkah-langkah konkrit dan terukur yang telah disepakati oleh para pemangku kepentingan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kota Kediri.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dalam kerangka penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif, dapat dijabarkan beberapa permasalahan, sebagai berikut.

- 1) Bagaimana kondisi ekonomi kreatif di Kota Kediri?
- 2) Apa saja permasalahan yang dihadapi oleh insan ekonomi kreatif di Kota Kediri?
- 3) Apa yang menjadi landasan filosofis, sosiologis, yuridis pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif di Kota Kediri?
- 4) Bagaimana sasaran, strategi, rencana program dan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Kediri?

## **1.3. Tujuan dan Kegunaan Kegiatan Penyusunan Naskah Akademik**

Adapun tujuan dibentuknya Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif, antara lain:

- 1) Untuk menganalisis secara holistik dan komprehensif mengenai arah pengembangan ekonomi kreatif di Kota Kediri
- 2) Untuk menganalisis kerangka kerja pengembangan ekonomi kreatif di Kota Kediri
- 3) Untuk merumuskan sasaran, strategi, rencana program dan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Kediri.

#### **1.4. Manfaat Penyusunan Naskah Akademik**

Manfaat penyusunan naskah akademik ini tidak hanya secara teoritis, tetapi juga aplikatif. Adapun penjabaran dari masing-masing manfaat, antara lain:

##### **a. Manfaat Teoritis**

Penyusunan Naskah Akademik (NA) Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif ini diharapkan mampu menjadi dasar-dasar pengembangan keilmuan dan teori khususnya dalam bidang ekonomi, hukum tata negara, dan administrasi pemerintahan.

##### **b. Manfaat Empiris**

Penyusunan Naskah Akademik (NA) Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif ini diharapkan mampu menjadi referensi atau acuan bagi pemerintah daerah Kota Kediri mengenai arah pengembangan dan strategi mendorong ekonomi kreatif di Kota Kediri.

#### **1.5. Metode**

##### **1.5.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian atau riset itu bermakna pencarian, yaitu pencarian jawab mengenai suatu masalah (Wignyosoebroto, 2002). Maka dengan demikian apa yang disebut metode penelitian itu pada dasarnya akan merupakan metode (atau cara dan/atau prosedur) yang harus ditempuh agar orang bisa menemukan jawab yang boleh dipandang benar (dalam arti true, bukan atau tidak selalu dalam arti right atau just) guna menjawab masalah tertentu itu. Apa yang harus dipandang benar dan bagaimana prosedur yang benar untuk memperoleh kesimpulan yang benar guna menjawab sang masalah secara benar itu merupakan persoalan filsafati yang banyak dibahas dalam pemikiran ontologi dan epistemologi.

Berdasarkan sifatnya penelitian dibedakan atas penelitian dasar dan penelitian terapan. Penelitian dasar bertujuan untuk menemukan suatu konsep baru. Sedangkan penelitian terapan berusaha merumuskan suatu kebijakan. Penelitian ini merupakan penelitian terapan yang berusaha merumuskan suatu kebijakan. Kebijakan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah berupa usulan perlunya perumusan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif. Maka dari itu menentukan metode adalah hal yang sangat penting mengingat bahwa metode adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan. Menurut Bogdan dan Taylor, metodologi adalah suatu proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan, untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Metodologi dipengaruhi

atau berdasarkan perspektif teoritis yang kita gunakan untuk melakukan penelitian, sementara perspektif teoritis itu sendiri adalah suatu kerangka penjelasan atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi lain.

Dalam penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri menggunakan metode penelitian hukum Yuridis Normatif. Untuk mengkaji permasalahan yang ada, maka penggalian bahan hukum sekunder menggunakan beberapa pendekatan yakni:

**Pertama**, *statute approach* (pendekatan perundang undangan). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah dan menganalisis semua undang-undang dan regulasi pelaksanaan yang bersangkutan paut dengan isu perencanaan pembangunan daerah khususnya di bidang peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan standar ekonomi dan pengembangan ekonomi kreatif.

**Kedua**, adalah *conceptual approach* (pendekatan konsep) yakni pendekatan melalui prinsip-prinsip dan konsep-konsep yang dapat di temukan dalam pandangan-pandangan sarjana ataupun doktrin-doktrin hukum yang relevan dengan konteks pendirian dan pengelolaan badan usaha milik desa. Dalam hal yang lebih spesifik adalah konsep-konsep hukum yang relevan untuk menganalisis pengembangan ekonomi kreatif di Kota Kediri.

**Ketiga**, *comparative approach* yaitu membandingkan efektifitas hukum pelaksanaan pengaturan Pengembangan Ekonomi Kreatif antara satu daerah dengan daerah yang lain.

**Keempat**, pendekatan lintas disiplin keilmuan yaitu memotret pengembangan Ekonomi Kreatif ditinjau dari perspektif ilmu-ilmu non hukum.

### 1.5.2. Jenis Bahan Hukum

Adapun jenis bahan hukum yang di gunakan dalam penelitian ini mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Ketiga bahan hukum sebagaimana dimaksud dapat di jelaskan berikut ini:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kabupaten dalam Lingkungan Propinsi Jawa Timur (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 1950 Nomor 41) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1965 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1965 Nomor 19, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 27301);
- c. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor

- 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6801);
- d. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
  - e. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414);
  - f. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 151, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6802);
  - g. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 272).

## **1.6. Sistematika Penulisan Naskah Akademik**

Sistematika penulisan Naskah Akademik ini adalah sebagai berikut:

- Bab I** Pendahuluan, berisi uraian tentang latar belakang, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan kegiatan penyusunan naskah akademik, metode, dan sistematika.
- Bab II** Kajian Teoritis dan Praktik Empiris, berisi uraian tentang kajian teoritis, kajian terhadap asas/prinsip yang terkait, kajian terhadap praktik penyelenggaraan, kajian terhadap implikasi sosial, politik, dan ekonomi.
- Bab III** Evaluasi dan Analisis Peraturan Perundang-Undangan terkait, berisi uraian tentang hasil kajian terhadap peraturan perundang-undangan terkait dengan materi dan susunan Rancangan Peraturan Kota Kediri tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Kediri tahun 2020-2024

**Bab IV** Landasan Filosofis, Sosiologis, dan Yuridis, berisi uraian tentang landasan sosiologis, dan landasan yuridis.

**Bab V** Jangkauan, Arah Pengaturan dan Ruang Lingkup Materi Muatan, berisi uraian tentang sasaran yang akan diwujudkan, arah dan jangkauan pengaturan materi dan susunan Rancangan Peraturan Kota Kediri tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Kediri tahun 2020-2024

**Bab VI** Penutup, bagian akhir naskah akademik berisi kesimpulan dan saran hasil kajian analisa naskah akademik. Daftar Pustaka, memuat buku, peraturan perundang-undangan dan bahan-bahan yang diperoleh dari internet, yang menjadi sumber bahan penyusunan naskah akademik.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### **2.1.1. Pengertian Ekonomi Kreatif**

Ekonomi Kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi Kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturance environment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*). Ekonomi Kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Oleh karena itu, ekonomi kreatif selain dapat meningkatkan daya saing, juga dapat meningkatkan kualitas hidup Bangsa Indonesia.

Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, diyakini bahwa kolaborasi antara pihak yang berperan dalam industri kreatif yaitu cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*), dan pemerintah (*government*) menjadi mutlak dan merupakan prasyarat tersendiri. Tanpa kolaborasi ketiga elemen itu, maka dikhawatirkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien dan saling tumpang tindih. Hal ini karena setiap aktor memiliki peran yang signifikan, namun juga memerlukan kontribusi dari berbagai pihak. Bentuk kolaborasi antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah merupakan langkah utama yang perlu dirumuskan (Departemen Perdagangan, 2008). Industri kreatif merupakan penggerak penciptaan nilai pada ekonomi kreatif. Dalam proses penciptaan nilai kreatif, industri kreatif tidak hanya menciptakan transaksi ekonomi, tetapi juga transaksi sosial dan budaya. Proses umum yang terjadi dalam rantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, namun setiap kelompok industri kreatif memiliki rantai nilai kreatif yang berbeda.

Definisi industri kreatif menurut Departemen Perdagangan dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008) adalah: “Kemampuan dari industri kreatif dalam memanfaatkan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”. Kemenparekraf mengeluarkan subsektor terbaru dari industri kreatif yaitu sebanyak 17 subsektor industri kreatif, diantaranya adalah: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; fashion; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; seni pertunjukan, seni rupa; serta televisi dan radio. (Kemenparekraf.go.id).

Ekonomi Kreatif berasal dari dua kata ekonomi dan kreatif. Istilah Ekonomi berasal dari bahasa Yunani *oikonomia*. Kata tersebut merupakan turunan dari dua kata *oikos* dan *nomos*. *Oikos* berarti rumah tangga, sedangkan *nomos* berarti mengatur. Jadi arti asli *oikonomia* adalah mengatur rumah tangga. Kemudian arti asli tersebut berkembang menjadi arti baru, sejalan dengan perkembangan ekonomi menjadi suatu ilmu. Kini sebagai ilmu, ekonomi berarti pengetahuan yang tersusun menurut cara yang runtut dalam rangka mengatur rumah tangga. Rumah tangga disini bukan arti sempit, melainkan menunjuk pada kelompok sosial yang dapat dianggap sebagai rumah tangga. Kelompok sosial ini berwujud perusahaan, kota, bahkan negara.

Para ahli ekonomi juga mengemukakan berbagai istilah terkait dengan ekonomi dimana, Aristoteles mendefinisikan bahwa ekonomi merupakan suatu cabang yang dapat digunakan dengan dua jalan yaitu kemungkinan untuk ditukarkan dengan barang. Nilai pemakaian dan nilai pertukaran. Sedangkan menurut Adam Smith, ekonomi merupakan ilmu secara sistematis mempelajari tingkah laku manusia dalam usahanya untuk mengalokasikan sumber-sumber daya yang terbatas guna mencapai tujuan tertentu. Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup demi tercapainya kemakmuran. Sedangkan kreativitas berasal dari bahasa latin, yaitu "*creo*" yang artinya "menciptakan atau membuat". Dari sudut pandang ekonomi, kreativitas lebih menunjukkan pada suatu tindakan kreasi manusia atau suatu fenomena dimana seseorang menciptakan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk produk barang maupun jasa yang memiliki nilai ekonomi.

Ekonomi Kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Menurut Departemen Perdagangan dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008) industry kreatif adalah: "Kemampuan dari industri kreatif dalam memanfaatkan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut". Lebih lanjut, Kemenparekraf juga mengeluarkan subsektor terbaru dari industri kreatif yaitu sebanyak 17 subsektor industri kreatif, diantaranya adalah: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; fashion; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; seni pertunjukan, seni rupa; serta televisi dan radio. (Kemenparekraf.go.id). Sedangkan, berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Tahun

2015 Pasal 1 tentang Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif merupakan suatu perwujudan nilai tambah dari suatu gagasan atau ide yang mengandung keaslian, muncul dari kreativitas intelektual manusia, berdasarkan ilmu pengetahuan, keterampilan, serta warisan budaya dan teknologi kekayaan intelektual. Ekonomi Kreatif diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial.

Ekonomi Kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturance environment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*). Ekonomi Kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Oleh karena itu, ekonomi kreatif selain dapat meningkatkan daya saing, juga dapat meningkatkan kualitas hidup Bangsa Indonesia.

Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, diyakini bahwa kolaborasi antara pihak yang berperan dalam industri kreatif yaitu cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*), dan pemerintah (*government*) menjadi mutlak dan merupakan prasyarat tersendiri. Tanpa kolaborasi ketiga elemen itu, maka dikhawatirkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien dan saling tumpang tindih. Hal ini karena setiap aktor memiliki peran yang signifikan, namun juga memerlukan kontribusi dari berbagai pihak. Bentuk kolaborasi antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah merupakan langkah utama yang perlu dirumuskan (Departemen Perdagangan, 2008). Industri kreatif merupakan penggerak penciptaan nilai pada ekonomi kreatif. Dalam proses penciptaan nilai kreatif, industri kreatif tidak hanya menciptakan transaksi ekonomi, tetapi juga transaksi sosial dan budaya. Proses umum yang terjadi dalam rantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, namun setiap kelompok industri kreatif memiliki rantai nilai kreatif yang berbeda.

### **2.1.2. Profil Ekonomi Kreatif Indonesia**

Ekonomi Kreatif memberikan peluang tersendiri bagi Indonesia untuk semakin memperkokoh perekonomian terutama pada sektor riil. Cakupan subsektor ekonomi kreatif yang luas diantaranya terdiri dari *design, fashion, seni pertunjukan, kriya* dan sebagainya diharapkan dapat memberikan *multiplier effect* baik dari sisi sumbangan terhadap PDB ataupun PDRB serta menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas. Sebagai wujud keseriusan pemerintah dalam mengembangkan industri kreatif yang ada dibentuklah pada tahun 2015 dibentuk Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tentang Badan

Ekonomi Kreatif yang merupakan badan non-kementerian yang *concern* pada pertumbuhan dan perkembangan industri kreatif yang ada di Indonesia. Kemudian pada tahun 2019 pemerintah Indonesia membentuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf / Parekraf) yang dibentuk melalui Keputusan Presiden Nomor 113/P Tahun 2019 tentang Pembentukan Kementerian Negara dan Pengangkatan Menteri Negara Kabinet Indonesia Maju periode 2019-2024.

Terkait dengan tugas dan fungsi Kemenparekraf juga sudah diatur dalam Peraturan Presiden (Perpres) Republik Indonesia Nomor 96 tahun 2019 tentang Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sementara itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) dibentuk melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 97 Tahun 2019 Tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Parekraf merupakan Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK) yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Kondisi ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2019 yang dilansir dari Renstra Kemenparekraf/Parekraf 2020-2024 sendiri menunjukkan bahwa Sasaran Strategis Penyerapan Tenaga Kerja dan Nilai Ekspor Produk Kreatif telah mencapai target, namun Pertumbuhan PDB ekonomi kreatif masih belum mencapai target yang ditetapkan dikarenakan terjadinya penurunan pada pertumbuhan ekonomi nasional yang secara tidak langsung berdampak pada pertumbuhan ekonomi kreatif yang ikut menurun.

Tabel 1. Target dan Capaian Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia

No	Indikator	2018			2019		
		T	R	C (%)	T	R	C (%)
1	Pertumbuhan Ekonomi Kreatif(%)	5,60	5,16	92,14	5,30	5,10	96,23
2	Penyerapan Tenaga Kerja (juta orang)	16,70	18,35	109,88	17,20	19,01	110,52
3	Nilai Ekspor Produk Kreatif (Miliar USD)	21,00	20,60	98,10	21,50	22,07	102,65

Sumber: Rencana Strategis Kemenparekraf/Parekraf Tahun 2020-2024.

Lebih lanjut berdasarkan pada data opus ekonomi kreatif tahun 2019, ekonomi kreatif Indonesia memiliki kontribusi terhadap perekonomian nasional sebesar 7.44 persen dan diproyeksikan akan terus meningkat. Selain itu, kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia menduduki peringkat ketiga dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan. Besarnya kontribusi ekraf pada PDB Indonesia dapat dicapai berkat dukungan dari beberapa daerah di Indonesia yang menjadi penyumbang PDB ekraf terbesar pada tahun 2016 diantaranya yakni Yogyakarta (16,12 persen), Bali (12,57 persen), Jawa Barat 11,81 persen), Jawa Timur (9,37 persen), dan Sumatera Utara (4,77 persen).

Melihat besarnya potensi ekonomi kreatif yang dimiliki Indonesia, Kemenparekraf/Parekraf Indonesia melalui Rencana Strategis Tahun 2020-2024 terdapat beberapa poin target kinerja yang diharapkan dapat dicapai oleh sektor ekonomi kreatif Indonesia pada beberapa tahun mendatang, diantaranya:

1. Nilai ekspor produk ekonomi kreatif ditargetkan meningkat dari US\$ 16,9 Miliar di tahun 2020 menjadi US\$ 19,26 Miliar di tahun 2024. Nilai Tambah ekonomi kreatif ditargetkan meningkat dari Rp. 1.157 Triliun di tahun 2020 menjadi Rp. 1.641 Triliun di tahun 2024,
2. Rasio usaha bidang pariwisata dan ekonomi kreatif yang terstandarisasi dan tersertifikasi ditargetkan meningkat dari 10% di tahun 2020 menjadi 30% di tahun 2024,
3. Jumlah investasi pariwisata dan ekonomi kreatif ditargetkan meningkat dari US\$ 2 Miliar di tahun 2020 menjadi US\$ 3 Miliar di Tahun 2024,
4. Rasio usaha pariwisata dan ekonomi kreatif yang mendapat akses pembiayaan terhadap total usaha pariwisata dan ekonomi kreatif ditargetkan mengalami peningkatan dari 1,8% di tahun 2020 menjadi 4,6% di tahun 2024,
5. Peningkatan jumlah produk/jasa bidang pariwisata dan ekonomi kreatif yang didaftarkan kekayaan intelektualnya dari 1250 produk/jasa di tahun 2020 menjadi 4500 produk/jasa di tahun 2024,
6. Jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif ditargetkan meningkat dari 17,25 Juta Tenaga Kerja di tahun 2020 menjadi 19,9 Juta Tenaga Kerja di tahun 2024.

### **2.1.3. Kota Kreatif**

Berdasarkan pembahasan pada sub bab sebelumnya dapat diketahui bahwa ekonomi kreatif Indonesia memiliki kontribusi yang cukup positif terhadap pembangunan ekonomi yang secara tidak langsung juga memberikan manfaat bagi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan melihat potensi tersebut maka sasaran, arah, dan strategi pengembangan ekonomi kreatif semakin digaungkan di banyak daerah di Indonesia termasuk Kota Kediri yang mulai menggiatkan aktivitas ekonomi kreatif berbasis potensi dan kearifan lokal.

Gagasan ekonomi kreatif yang banyak diterapkan dalam perekonomian sebuah daerah secara tidak langsung juga telah memunculkan konsep Kota Kreatif atau “*creative city*”. Banyak dari ahli yang kemudian juga mengemukakan pendapat tentang kota kreatif seperti, Florida (2004) yang mengemukakan beberapa poin Indeks Kreativitas suatu kota yang terdiri dari empat faktor diantaranya, a) jumlah kelas kreatif dari total angkatan kerja, b) industri

berteknologi tinggi, c) inovasi dari hak paten per kapita, dan d) keragaman suatu daerah yang diukur dengan Indeks Gay dan Bohemian sebagai proxy untuk keterbukaan daerah.

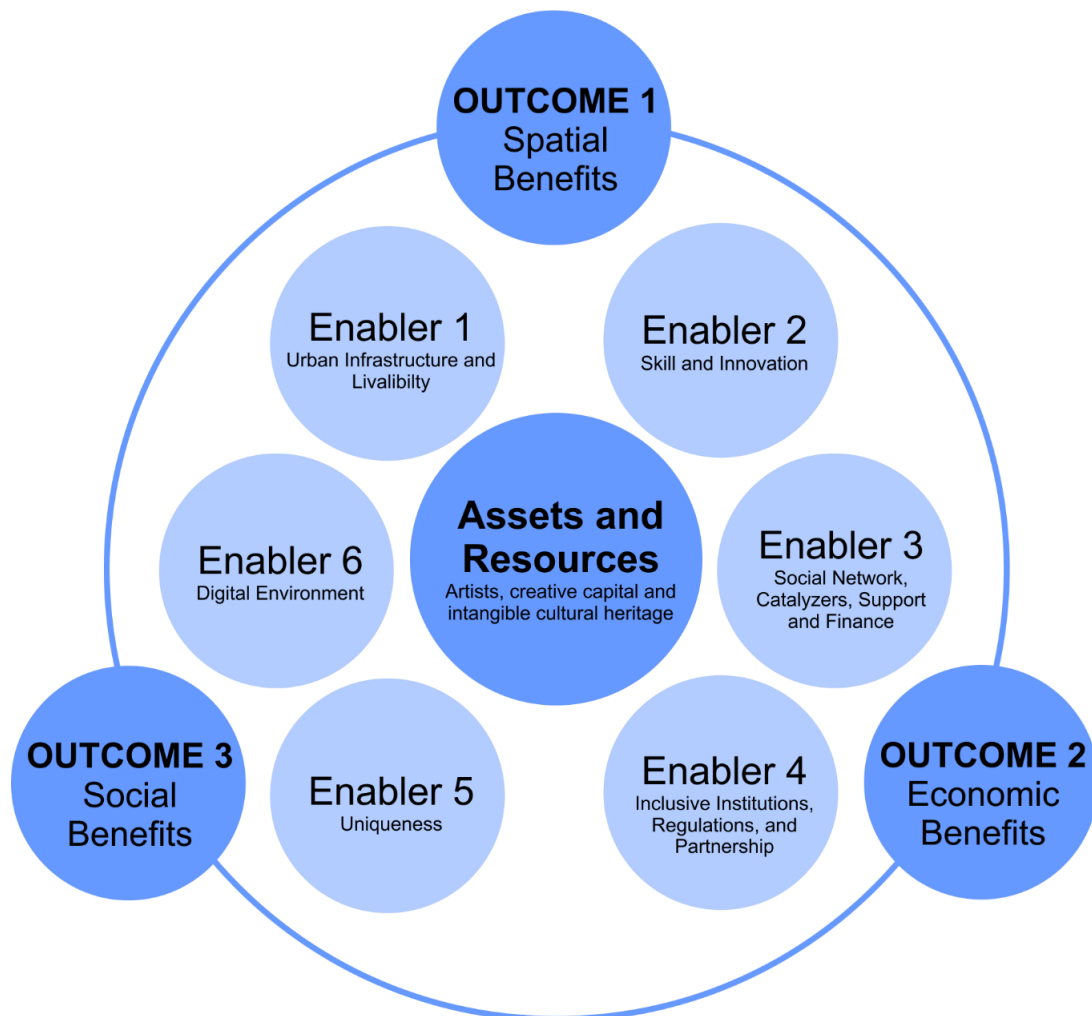
Selain itu, Charles Landry dan Jonathan Hyams (*The Creative Cities Index*, 2012) juga mengembangkan hal serupa yakni Creative City Index (CCI) yang bertujuan untuk mengukur seberapa kreatif sebuah kota melalui 10 (sepuluh) indikator, diantaranya:

1. *Political and public framework* (kerangka publik dan politik)
2. *Distinctiveness, diversity, vitality and expression* (kekhasan, keragaman, vitalitas dan ekspresi)
3. *Openness, trust, tolerance and accessibility* (keterbukaan, kepercayaan, toleransi & aksesibilitas)
4. *Entrepreneurship, exploration and innovation* (kewirausahaan, eksplorasi, dan inovasi)
5. *Strategic leadership, agility and vision* (kepemimpinan strategis, kelincahan dan visi)
6. *Talent & the learning landscape* (bakat dan wilayah pembelajaran)
7. *Communication, connectivity & networking* (komunikasi, konektivitas, dan jaringan)
8. *The place and placemaking* (ketersediaan ruang)
9. *Liveability & well-being* (kesejahteraan)
10. *Professionalism & effectiveness* (profesionalisme dan efektivitas)

Untuk mendukung perkembangan *creative city* diseluruh negara, UNESCO sebagai organisasi internasional yang menangani terkait pendidikan, keilmuan, dan kebudayaan juga membentuk Creative Cities Network / Jejaring Kota Kreatif UNESCO (UCCN) pada tahun 2004. Pembentukan UCCN bertujuan untuk meningkatkan kerjasama dengan kota-kota yang telah diidentifikasi sebagai kota yang memiliki kreativitas sebagai faktor strategis untuk pembangunan perkotaan yang berkelanjutan serta mendorong kerjasama internasional dengan dan antar kota berkomitmen untuk berinvestasi dalam kreativitas sebagai *driver* untuk pembangunan perkotaan yang berkelanjutan, inklusif, dan memiliki semangat budaya.

UNESCO juga mengemukakan bahwa kota yang berpotensi menjadi “kota kreatif” adalah kota yang memiliki *Creative and Cultural Industries* (CCI), *pool of talent* / kumpulan bakat, dan lingkungan yang memungkinkan bagi masyarakat untuk tumbuh, menciptakan lapangan kerja, dan transformasi daerah perkotaan atau dalam kata lain bagaimana Kota Kreatif dapat memberikan *benefits* dalam 3 (tiga) aspek yakni manfaat ruang (*spatial*

*benefits*), manfaat ekonomi (*economic benefits*), dan manfaat sosial (*social benefits*) pada sebuah kota (lihat gambar dibawah ini).



Secara ringkas, penjelasan dari masing-masing aspek pada *frameworks* diatas adalah sebagai berikut:

1. Enabler 1: *Urban Infrastructure and Livability*

Pada *enabler* pertama, Kota Kreatif adalah kota dimana membuat seseorang ingin tinggal (*live*) dan memiliki ruang untuk menciptakan sebuah reaktivitas. Pada aspek ini keberadaan ruang publik dan/atau infrastruktur seperti jalan, listrik, konektivitas digital dan berbagai sarana publik lain menjadi kunci sukses dalam mendukung terciptanya Kota Kreatif. Selain dari segi infrastruktur, *livability* yang ada disebuah Kota juga menjadi faktor yang tidak kalah penting yang mana didorong dengan adanya kemudahan dalam mendapatkan perumahan/hunian yang memiliki lokasi strategis dan kualitas yang baik.

Sebagai contoh, untuk mendukung perkembangan Kota Kreatif, Johannesburg Afrika memberikan dan menyediakan fasilitas dalam bentuk gedung/pabrik yang sudah tidak terpakai dan merevitalisasi gedung tersebut sebagai tempat untuk menjual produk-produk kreatif yang dihasilkan oleh para pelaku kreatif. Selain itu, untuk menarik minat masyarakat datang ke lokasi tersebut juga diadakan *event* dalam bentuk festival kreatif yang diadakan setiap akhir pekan.

## 2. Enabler 2: *Skill and Innovation*

Keterampilan dan inovasi yang dimiliki oleh masyarakat pada sebuah Kota juga menjadi semangat dan *push factor* untuk menjadikan kota tersebut sebagai Kota Kreatif. Dalam aspek ini, UNESCO mengemukakan bahwa seni, budaya, dan kreativitas harus disematkan kedalam program/kurikulum pengajaran, baik ditingkat dasar maupun sampai tingkat perguruan tinggi atau lembaga informal lainnya. Melalui program/kurikulum tersebut akan dapat mengasah dan meningkatkan kemampuan serta inovasi masyarakat khususnya generasi muda untuk *think out of the box* dan menghasilkan karya-karya kreatif, inovatif, dan unik lainnya.

## 3. Enabler 3: *Social Network, Catalyzers, Technical Support, and Finance*

Selain memastikan adanya ruang dan skill yang baik, sebuah kota juga harus memastikan adanya jaringan sosial (*social network*), katalis, dukungan dan keuangan yang baik pula untuk mendukung dan membantu industri/pelaku kreatif dapat berkembang. Sebagai contoh, dalam hal *social network* pemerintah dapat mengupayakannya dalam berbagai bentuk misal mendirikan *creative center* dan menyelenggarakan *creative expo/workshop* yang mana bertujuan untuk mempertemukan para pelaku kreatif baik dalam skala nasional maupun internasional agar dapat saling berdiskusi dan bertukar pikiran.

## 4. Enabler 4: *Inclusive Institutions, Regulations, and Partnership*

Kemudian, agar kota kreatif dapat berkembang dengan baik sangat penting untuk pemerintah baik pemerintah pusat, daerah, dan/atau pemangku kebijakan lain untuk mendirikan sistem pemerintahan dan/atau menyusun peraturan yang memungkinkan industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah kepada para pelaku kreatif dapat diwujudkan dalam bentuk undang-undang HAKI, perlindungan tenaga kerja khususnya tenaga kerja disektor kreatif, kebebasan berekspresi, dan lain sebagainya. Karena, tanpa adanya sistem dan aturan yang baik dari pemerintah maka keberadaan sektor kreatif juga tidak dapat

tumbuh dan terancam menghilang. Selain itu, *partnership* atau kerjasama dalam subsektor kreatif antar atau lintas kota kreatif juga dibutuhkan agar perkembangan subsektor kreatif yang ada disuatu kota dapat semakin berkembang, misal perusahaan ekonomi kreatif berfokus pada produksi kreatif sedangkan perusahaan besar berfokus dalam hal pendistribusian produk/layanan sampai ditangan konsumen melalui jaringan distribusi yang dimiliki.

#### 5. Enabler 5: *Uniqueness*

Keunikan yang dimiliki sebuah kota baik dalam segi budaya, sosial, ataupun ekonomi secara tidak langsung juga dapat menarik minat para investor untuk berinvestasi dan menarik minat masyarakat luas untuk berkunjung ke kota tersebut. Sebuah kota yang memiliki keunikan / *uniqueness* akan memberikan *value added* (nilai tambah) atau kesan tersendiri bagi setiap masyarakat yang datang ke kota tersebut baik dalam hal pertukaran informasi, inovasi dan kreatifitas, terciptanya hubungan sosial yang baik antar masyarakat, dan bertambahnya pengetahuan.

#### 6. Enabler 6: *Digital Environment*

Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat secara tidak langsung juga telah membuat ekonomi kreatif menjadi semakin digital melalui transformasi bagaimana sebuah produk/layanan kreatif dapat diproduksi, didistribusikan, dan diakses dengan mudah. Sebagai contoh, dalam upaya mempromosikan industri kreatif kepada masyarakat luas dapat menggunakan media digital seperti *social media*, *website*, dan berbagai bentuk media digital lainnya. Penggunaan media digital sebagai salah satu strategi promosi industri kreatif juga dapat memberikan banyak manfaat seperti mengurangi biaya/beban yang dikeluarkan, menghemat waktu, memluas jaringan, dan lain sebagainya.

Peningkatan penggunaan media digital dalam industri kreatif juga semakin terlihat selama pandemi Covid-19, dimana adanya pandemi telah mendorong transisi digital ditengah-tengah masyarakat khususnya dalam mengakses pengalaman dalam sub-sektor industri kreatif (misal, konser musik, konser budaya, pameran budaya, dsb) secara *virtual* dan *augmented realities*.

Dari ke-6 aspek diatas, menunjukkan bahwa keberadaan budaya dan kreativitas pada suatu daerah dapat berkontribusi terhadap pembangunan dan pertumbuhan inklusif khususnya dalam bidang spasial, ekonomi, dan sosial. Suatu kota yang bertransformasi menjadi kota kreatif akan dengan mudah dapat menarik masyarakat dan perusahaan untuk berkunjung dan

berinvestasi di kota tersebut. Secara lebih detail, *outcome* yang akan didapatkan oleh sebuah kota kreatif adalah sebagai berikut:

### 1. *Spatial Outcome*

Pada *spatial outcome*, sebuah kota yang memiliki *high-amenity* akan lebih cepat tumbuh dan berkembang dibandingkan dengan kota yang *low-amenity*. Beberapa bentuk *high-amenity* yang harus dimiliki oleh sebuah kota diantaranya:

- Cultural Services, seperti galeri, museum, live music, dan sebagainya
- Estetika dan keberadaan sarana fisik, seperti tersedianya ruang terbuka hijau (RTH) dan arsitektur bangunan yang unik dan mencerminkan budaya lokal
- Pelayanan publik yang berkualitas, seperti tersedianya sekolah, perpustakaan, taman, creative center, dan lain sebagainya yang dapat mendukung tercipta dan terselenggarakannya aktivitas budaya/kreatifitas

Banyak dari penelitian juga menunjukkan bahwa suatu kota yang memiliki *highamenity* atau fasilitas yang baik akan mengalami pertumbuhan dan peningkatan yang lebih baik pula pada aspek sosial ekonomi daerahnya.

### 2. *Economic Outcome*

Lebih lanjut, potensi ekonomi kreatif pada suatu kota yang dikembangkan secara komprehensif juga akan memberikan banyak dampak positif terhadap perkembangan masyarakatnya seperti kesempatan/pekerjaan pada sektor kreatif khususnya lapangan pekerjaan terampil (seperti, musisi, pengrajin, dan lain sebagainya) dan pekerjaan tidak terampil (seperti, back office, staf pendukung, dan lain sebagainya) akan semakin luas yang secara tidak langsung juga akan meningkatkan pendapatan masyarakat

### 3. *Social Outcome*

Dalam segi *social outcome*, keberadaan kota kreatif dapat berperan dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan/atau pengunjung. Sebagai contoh, masyarakat dan/atau pengunjung yang datang ke Kota Kreatif dan mengunjungi berbagai event yang diadakan (misal, konser musik, pertunjukan seni, dsb) serta melihat dan membeli berbagai produk karya seni akan mendapatkan tambahan.

Lebih lanjut, perkembangan kota kreatif juga menjadi *concern* tersendiri bagi Indonesia khususnya dalam rangka mendorong terciptanya pertumbuhan dan perkembangan dalam kehidupan sosial ekonomi yang ada. Sebagai negara dengan potensi dan keanekaragaman budaya yang begitu besar, Indonesia turut andil dalam pengembangan kota

kreatif dengan membentuk Indonesia Creative City Network (ICCN) yang mana melalui Konferensi Kota Kreatif pada tanggal 27 April 2015 di Kota Bandung ICCN mengembangkan 10 (sepuluh) prinsip kota kreatif sebagai *guide* bagi pengembangan kota kreatif di masing-masing daerah yang ada di Indonesia. Kesepuluh prinsip kota kreatif tersebut diantaranya:

1. Kota yang welas asih. Kota yang menjunjung keanekaragaman sosial budaya yang berpijak pada nilai silih asih, silih asih dan silih asuh
2. Kota yang inklusif. Kota terbuka yang memuliakan nilai-nilai kemanusiaan serta menumbuhkembangkan semangat kebersamaan, solidaritas dan perdamaian dunia
3. Kota yang melindungi hak asasi manusia. Kota yang membela segenap hak ekonomi, sosial dan budaya masyarakatnya
4. Kota yang memuliakan kreativitas masyarakatnya. Kota yang memanfaatkan dan mengembangkan kecerdasan, kearifan lokal, keterampilan, daya cipta, serta kemampuan nalar, ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai landasan penciptaan serta inovasi
5. Kota yang tumbuh bersama lingkungan yang lestari. Kota yang hidup selaras dengan dinamika lingkungan dan alam sekitar
6. Kota yang memelihara kearifan sejarah sekaligus membangun semangat pembaharuan untuk menciptakan masa depan yang lebih baik untuk seluruh masyarakatnya
7. Kota yang dikelola secara transparan, adil dan jujur. Kota yang mengedepankan nilai-nilai gotong royong dan kolaborasi, serta membuka akses dan partisipasi masyarakat untuk terlibat membangun kotanya
8. Kota yang memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Kota yang selalu berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan, kebahagiaan dan kualitas hidup masyarakatnya
9. Kota yang memanfaatkan energi terbarukan. Kota yang senantiasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan energi secara bijak dan berkelanjutan
10. Kota yang mampu menyediakan fasilitas umum yang layak untuk masyarakat, termasuk fasilitas yang ramah bagi kelompok masyarakat rentan dan berkebutuhan khusus

Berdasarkan pada beberapa poin indeks dan/atau prinsip baik yang dikemukakan oleh UNESCO melalui *city, culture, and creative framework*, Charles Landry melalui Creative City Index (CCI), dan Indonesia *Creative City Network* (ICCN) melalui 10 prinsip kota kreatif diatas maka akan dapat dijadikan sebagai acuan dan dilakukan *mapping* terkait dengan

kondisi dan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang ada di Kota Kediri.

#### 2.1.4. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Beberapa Kota di Dalam dan Luar Negeri

Pengembangan ekonomi kreatif di beberapa wilayah di Indonesia telah berjalan sejak dua tahun terakhir. Berdasarkan Keputusan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 83 tahun 2019 Tentang Kabupaten/kota kreatif indonesia tahun 2019, menetapkan bahwa:

**Tabel 2 Kota-kota Kreatif di Indonesia**

No.	Nama Kabupaten/Kota	Sub Sektor Unggulan	Penyebutan
1	Kabupaten Majalengka	Seni Pertunjukan	Ekosistem ekonomi kreatif terbaik untuk Kabupaten di Pulau Jawa
2	Kota Malang	Aplikasi dan Pengembang Permainan	Ekosistem ekonomi kreatif terbaik untuk Kota di Pulau Jawa
3	Kabupaten Kutai Kartanegara	Seni Pertunjukan	Ekosistem ekonomi kreatif terbaik untuk Kabupaten di luar Pulau Jawa
4	Kota Palembang	Kuliner	Ekosistem ekonomi kreatif terbaik untuk Kota diluar Pulau Jawa
5	Kabupaten Rembang	Kriya	Konservasi Budaya ( <i>Cultural Conservation</i> )
6	Kota Surakarta	Seni Pertunjukan	Pengembangan Ekosistem ( <i>Ecosystem Development</i> )
7	Kota Semarang	Fashion	Pengembangan Bisnis ( <i>Business Development</i> )
8	Kabupaten Gianyar	Seni Pertunjukan	Daya Tarik Global ( <i>Global Traction</i> )
9	Kota Denpasar	Fashion	Inovasi Tata Kelola Pemerintahan ( <i>Governance Innovation</i> )
10	Kota Balikpapan	Aplikasi dan Pengembang Permainan	Inovasi Berkelanjutan ( <i>Sustainable Innovation</i> )

Salah satu kota/kabupaten dari 10 list diatas adalah Kota Malang. Kota Malang memiliki subsektor aplikasi dan gim yang telah tumbuh dan berkembang sejak tahun 2002, diawali dengan dibukanya jurusan yang berkaitan dengan Teknologi Informasi di beberapa perguruan tinggi di Kota Malang. Selain itu, tren global saat itu yang mulai mengarah ke industri digital membuat Kota Malang menjadi ladang tumbuhnya ekosistem dalam subsektor aplikasi dan gim.

Keunggulan Kota Malang sebagai kota kreatif subsektor aplikasi dan gim didukung dengan jumlah rintisan (*startup*), serapan tenaga kerja, dan lulusan sarjana per tahunnya. Terdapat 92 perusahaan, studio/*startup*, yang beberapa ada dalam perusahaan produk maupundalam usaha jasa (*based on service*). Serapan tenaga kerjanya juga tinggi, yakni sebanyak +2200 yang berprofesi sebagai freelancer atau pekerja lepas maupun yang sudah termasuk dalam tim/studio/perusahaan. Jumlah lulusan sarjana per tahunnya sebanyak +4800 dari 10 perguruan tinggi dengan jurusan yang

berkaitan dengan subsektor aplikasi dan gim (kotakreatif.kemenparekraf.go.id). Potensi Kota Malang untuk ditunjuk menjadi kota kreatif juga dilihat dari 4 *stakeholder* berikut:

1. Akademisi

Kota Malang memiliki 10 perguruan tinggi dengan jurusan yang berkaitan dengan subsektor aplikasi dan gim, serta meluluskan +4800 lulusan akademis tiap tahun.

2. Pelaku Bisnis

Terdapat 92 perusahaan/studio/tim. Selain itu juga terdapat bisnis non-kreatif pendukung seperti coworking space, internet provider, dan digital agency.

3. Komunitas

Terdapat banyak komunitas subsektor aplikasi dan gim seperti STATION (Startup Singo Edan, GDM (Game Developer Malang), PHP Malang, Komunitas Frontend, Indux, Kelas Mobile, dll.

4. Pemerintah

Sebagai fasilitator dalam berbagai program dan berkaitan dengan subsektor aplikasi dan gim (workshop dan hackathon). Menyiapkan rencana strategi dalam peta jalan (roadmap) pengembangan ekonomi kreatif terutama subsektor aplikasi dan gim di Kota Malang.

Selain menjadikan beberapa kota di Indonesia sebagai *benchmark*, beberapa negara didunia juga dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan kota dan ekonomi kreatif, khususnya terkait dengan bagaimana dan seperti apa strategi dari negara-negara di dunia dalam mengembangkan kotanya menjadi kota dan ekonomi kreatif dunia. Berbeda halnya dengan 17 (tujuh belas) sub-sektor ekonomi kreatif yang ada di Indonesia, UCCN UNESCO melalui *report* yang bertajuk UNESCO Creative Cities Network For Sustainable Development 2020 melansir 7 (tujuh) sub-sektor kreatif yang terdiri dari, a) *craft and folks art*, b) *Design*, c) *Film*, d) *Gastronomy*, e) *Literature*, f) *Media Arts*, dan g) *Music*.

1 Craft and Folks Art

---

2 Design

---

3 Film

---

4 Gastronomy

---

5

Literature

6

Media Arts

7

Music

Gambar 4 Sub Sektor Kreatif Menurut UCCN UNESCO

Secara lebih lengkap, strategi yang dilakukan oleh beberapa negara pada masing-masing sub-sektor yang dapat dijadikan *benchmark* bagi perkembangan kota kreatif di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Strategi Pengembangan Kota Kreatif di Berbagai Negara Dunia

Bidang	Internasional	Strategi
Kota Kreatif Kerajinan dan Seni Rakyat / <i>Creative City of Crafts and Folk Art</i>	Chiang Mai (Thailand)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendorong kaum muda untuk mengembangkan keterampilan dalam kerajinan dan rakyat seni, inovasi dan kreativitas, salah satunya melalui adanya program / kurikulum khusus yang diberikan kepada siswa sekolah dasar dan sekolah menengah seperti “<i>Museum to School</i>” dan “<i>Our Area Projects</i>”</li> <li>- Mendukung distribusi produk kerajinan Chiang Mai dipasar internasional untuk meningkatkan kondisi dan kualitas hidup produsen skala kecil;</li> <li>- Mendorong pendekatan lintas sektoral dengan menyelenggarakan,               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Forum Chiang Mai tentang Kerajinan Tangan dan Seni Rakyat yang menjadi <i>platform</i> untuk para akademisi dan praktisi lokal dan internasional, untuk bertukar ide tentang melindungi dan mempromosikan kebudayaan tradisional;</li> <li>b) Lanna Expo yang menggabungkan bidang kerajinan, memasak, dan desain</li> <li>c) Menciptakan peluang bagi seniman dan pengusaha muda untuk melakukan pertukaran dan/atau memperluas jaringan dengan <i>stakeholder</i> internasional melalui Chiang Mai Design Week; dan</li> </ol> </li> <li>- Pemerintah memiliki komitmen yang kuat dalam mengembangkan sub-sektor kerajinan dan budaya tradisional dengan meluncurkan program kewirausahaan “<i>One Sub District, One Sub Products</i>”</li> </ul>

Bidang	Internasional	Strategi
Kota Kreatif Desain / <i>Creative City of Design</i>	Ashikawa (Jepang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyelenggarakan kompetisi dan/atau pertukaran internasional untuk meningkatkan inovasi dan kemampuan dalam desain dan teknik furniture melalui Forum Desain Internasional Asahikawa yang diselenggarakan setiap 3 tahun sekali dengan tujuan untuk menyambut para desainer dari seluruh dunia untuk menghasilkan desain dan inovasi <i>furniture</i> yang inovatif</li> <li>- Menyelenggarakan <i>International Furniture Design Fair Ashikawa</i> untuk memperluas jaringan dan interaksi dengan <i>designer</i> internasional</li> <li>- Mengembangkan <i>global hub</i>, di mana desain dimasukkandan/atau dilibatkan ke dalam berbagai industri,</li> <li>- Mendorong terciptanya pariwisata kreatif dengan menggunakan berbagai kombinasi desain dan berbagai aset budaya yang dimiliki,</li> <li>- Mengenalkan pendidikan desain kepada anak mudadengan tujuan untuk menjaga pembangunan berkelanjutan,</li> <li>- Mendorong kolaborasi dengan kota-kota kreatif lainnya untuk memperkuat kerjasama internasional dalam hal desain guna meningkatkan daya tarik atau estetika kota</li> <li>- Menyelenggarakan program pelatihan untuk menciptakan peluang dan jejaring bagi desainer, khususnya yang berasal dari negara-negara di Asia dan negara berkembang</li> </ul>

	Beijing (China)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada tahun 2012, Beijing mendirikan <i>Beijing City of Design Coordination and Promotion Committee</i> (Komite Koordinasi dan Promosi Kota Desain Beijing) dan merilis <i>Outline</i> Rencana Pembangunan dan Pengembangan Kota Desain Beijing</li> <li>- Untuk mendukung perkembangan sub-sektor desain, Beijing juga mengadakan berbagai acara seperti “ChinaRed Star Design” yang merupakan ajang penghargaan tahunan dan telah terselenggarakan sebanyak tiga kali masing-masing pada 2013, 2016 dan 2020</li> <li>- Menyelenggarakan pameran berjudul “<i>Experience ChinaDesign Beijing</i>” di kantor pusat UNESCO pada tahun 2014.</li> </ul>
--	--------------------	--

Bidang	Internasional	Strategi
	Terassa (Spanyol)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendorong dialog antarbudaya di antara para generasi muda melalui program “Film at School” yang bertujuan untuk melatih guru secara teknis dan praktis dalam hal <i>storytelling</i> dan produksi film. Dari program tersebut kemudian diadakan festival “Film at School” yang manabertujuan untuk melihat perkembangan <i>skills</i> guru ataupun siswa dalam hal <i>storytelling</i> dan produksi film</li> <li>- Membuat Unit <i>Virtual Reality Cinema</i> yang bertujuan untuk mendukung proyek eksperimen bahasa sinematik dan disesuaikan dengan teknologi terkini guna mendorong transfer pengetahuan di antara para profesional film, terutama yang berasal dari Kota Kreatiflainnya.</li> </ul>

Kota Kreatif Film / <i>Creative City of Film</i>	Roma (Italia)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyelenggarakan festival film setiap musim gugur, dimana terdapat lebih dari 150.000 pengunjung dari 25 negara datang ke <i>International Rome Film Festival</i></li> <li>- Untuk mendukung perkembangan sub-sektor film yang ada, para penonton juga diajak untuk memberikan apresiasi kepada para pelaku industri film melalui “<i>People Choice Awards</i>”</li> <li>- Kemudian, untuk mendorong keberlanjutan dan regenerasi para pelaku industri film, Roma juga mengorganisir Festival “<i>Alice Nella Citta</i>” yang merupakan festival film yang dikhususkan untuk film yang disutradarai oleh anak-anak</li> <li>- Mendirikan Museum Audio visual dan Sinema Italia (Museo Italiano dell'Audiovisivo e del Cinema) yang ditujukan untuk melestarikan dan meningkatkan kesadaran tentang warisan film Italia, serta memberikan praktik yang baik dalam restorasi film,</li> <li>- Mendorong pendekatan antar lintas sektor yakni film, musik, dan literatur melalui proyek 'E-motion Rome',</li> <li>- Bekerja sama dengan Kota Film Kreatif lainnya untuk membangun pusat data tentang warisan audiovisual di tingkat internasional untuk memelihara keragaman dan apresiasi antar budaya yang ada</li> <li>- Mengimplementasikan program “Cine Creative Community” atau Komunitas Sinema Kreatif yang bertujuan untuk mempromosikan sektor film di daerah-daerah yang ekonomi kreatifnya kurang berkembang</li> </ul>
---	---------------	--

Sumber: UNESCO, 2020

Pada *report* yang dipublikasikan oleh UCCN UNESCO tersebut terdapat beberapa strategi pengembangan kota kreatif di Indonesia yang masuk dan dianggap dapat menjadi acuan bagi pengembangan kota kreatif lain baik di Indonesia ataupun di negara lain yang ada di dunia, diantaranya:

**1. Sub-sektor Kerajinan dan Seni Rakyat / *creative city of crafts and folk art***

Pada sub-sektor kota kreatif kerajinan dan seni rakyat / *creative city of crafts and folk art*, UNESCO menjadikan Kota Pekalongan Jawa Tengah sebagai salah satu kota yang memiliki strategi baik dalam pengembangan ekonomi kreatif yang dimiliki. Beberapa strategi yang dilakukan oleh Kota Pekalongan diantaranya:

- a. Menjaga dan menjadikan tradisi Batik sebagai pilar utama pengembangan ekonomi lokal,
- b. Menjaga dan mengembangkan lebih lanjut desa-desa penghasil kerajinan yang ada di Kota Pekalongan khususnya desa pengrajin Batik,

- c. Menjadikan batik sebagai bagian terpenting dalam identitas Kota Pekalongan,
- d. Menjadikan Batik sebagai kurikulum pendidikan tambahan pada proses pembelajaran di sekolah baik dari pendidikan tingkat dasar sampai dengan tingkat lanjutan,
- e. Mengembangkan dan meningkatkan infrastruktur sosial, budaya dan ekonomi yang berkaitan langsung dengan proses pembuatan Batik,
- f. Memperkuat institusi terkait, mendukung keilmuan, dan kemajuan teknologi, dalam rangka mendorong pendidikan dan *awareness* tentang Batik,
- g. Mendorong ekonomi kreatif melalui pengembangan klaster pendukung dan/atau sentra ekonomi khusus Batik serta meningkatkan upaya untuk mempromosikan Batik di tingkat lokal, nasional dan global,
- h. Menciptakan jaringan kolaboratif dengan akademisi, pemerintah dan pemangku kepentingan masyarakat sipil dalam industri Batik,
- i. Mempromosikan industri Batik yang ramah lingkungan; dan
- j. Mendirikan museum batik sebagai salah satu pusat edukasi,
- k. Mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi (digitalisasi) untuk mendukung pengembangan sektor Batik

## 2. Sub-sektor Kota Kreatif Desain / *Creative City of Design*

Pada sub-sektor kota kreatif desain / *creative city of design*, UNESCO menjadikan Kota Bandung Jawa Barat sebagai salah satu kota yang memiliki strategi baik dalam pengembangan sub-sektor desain. Beberapa strategi yang dilakukan oleh Kota Bandung dalam mengembangkan potensi ekraf desain yang dimiliki, diantaranya:

- a. Mulai mengembangkan sektor kreatif dari daerah *sub-urban* dengan menunjuk 8 (delapan) kelurahan sebagai desa kreatif,
- b. Menyelenggarakan berbagai program atau *event*, seperti:
  1. HelarFest yang menjadi *signature event* bagi Forum Kota Kreatif Bandung / *Bandung Creative City Forum* (BCCF). HelarFest ditujukan untuk memperluas dan membina jaringan antar kota kreatif yang ada
  2. Workshop DesignAction.bdg yang ditujukan untuk membahas isu-isu desain terkini di Kota Bandung dan mencari solusi untuk mengatasi isu tersebut melalui keterlibatan masyarakat

- c. Adanya komitmen yang baik dari pemerintah Kota Bandung yang ditunjukkan dengan adanya *new centres, industry areas*, dan dukungan penuh dalam hal penelitian dan pengembangan, sebagai contoh:
  1. Program Inovasi Pembangunan dan Pemberdayaan Kewilayahan (PIPPK) dan sistem Kredit Melati yang memberikan dukungan keuangan dan inkubasi kepada para pelaku industri kreatif
  2. Program Bandung Creative Center (BCC) yang ditujukan sebagai pusat pertukaran ide dan pengalaman diantara pelaku industri kreatif baik yang ada ditingkat nasional maupun internasional
- d. Mendirikan taman umum tematik yang didedikasikan untuk UCCN, yang akan mewakili Kota Kreatif dalam berbagai kesenian bentuk, serta menampilkan keragaman budaya perkotaan,
- e. Meningkatkan kolaborasi dengan Kota Kreatif lainnya melalui festival kreatif dan/atau berbagai acara bersama lainnya seperti menyelenggarakan Karnaval Asia-Afrika,
- f. Membangun 30 Hub Kreatif dan mendukung 100.000 pengusaha kreatif baru selama 5 tahun untuk meningkatkan kreativitas ekonomi local

### 3. **Sub-sektor Kota Kreatif Musik / *Creative City of Music***

Pada sub-sektor kota kreatif musik / *creative city of music*, UNESCO menjadikan Kota Ambon Maluku sebagai salah satu kota yang memiliki strategi baik dalam pengembangan sub-sektor musik. Beberapa strategi yang dilakukan oleh Kota Ambon dalam mengembangkan potensi musik yang dimiliki, diantaranya:

- a. Di samping pariwisata, musik adalah sumber utama bagi lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi Ambon, dimana diperkirakan mampu memberikan kontribusi lebih dari US\$ 700.000 untuk perekonomian daerah setiap tahunnya
- b. Kota Ambon mempromosikan sub-sektor musik yang dimiliki secara luas baik dalam skala nasional maupun internasional melalui acara-acara seperti Konferensi Musik Indonesia, Simposium Musik Nasional dan Ambon, dan Konvensi Musik Internasional. *Event* tersebut Festival tidak hanya bertujuan untuk menampilkan seni musik semata akan tetapi juga memberikan kesempatan bagi para musisi dan komunitas musik untuk mendiskusikan isu

dan/atau perkembangan dunia musik terkini serta membuka kesempatan untuk berkolaborasi dan berbagi tradisi dengan berbagai daerah/negara

- c. Pemerintah Kota Ambon juga mengeluarkan peraturan terbaru, termasuk "Peraturan Daerah tentang Creative Music" yang mana bertujuan untuk mendorong promosi musik daerah. Peraturan tersebut juga memberikan dan/atau mendukung terciptanya keadilan bagi para seniman serta mencegah terjadinya penyalahgunaan dalam bentuk salinan/menyebarkan musik secara ilegal yang dapat dilakukan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab

Beberapa proses dan/atau poin strategi *branding* dan keunggulan yang dilakukan oleh beberapa negara dan kota tersebut dapat menjadi rujukan dan diadaptasi dalam rencana dan upaya pengembangan ekonomi kreatif yang akan dilakukan oleh Kota Kediri.

## **2.2. Kajian Hasil**



### BAB III

#### EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT

Berdasarkan penjabaran kajian teoritik dan praktek empiris sebagaimana telah diuraikan di atas maka pada bab ini akan dikupas aspek relevansi dan keterkaitan dengan peraturan perundang-undangan sebagai acuan yuridis pembentukan Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif.

**Tabel 3.1**  
**Analisis Peraturan Perundang-Undangan Terkait dengan Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif.**

NO	PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN	ANALISIS PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN
1.	Pasal 18 Ayat (6), Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;	- <b>Pasal 18 Ayat (6):</b> “ <i>Pemerintahan daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan peraturan peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan. **)</i> ” Berdasarkan ketentuan tersebut, maka daerah diberi kebebasan untuk menentukan arah kebijakan dalam menjalankan pemerintahannya sendiri, sepanjang selaras dan tidak bertentangan dengan hukum nasional yang berlaku. Peraturan Daerah merupakan salah satu bentuk aktualisasi dari ketentuan Pasal 18 Ayat 6 ini. menurut Bagir Manan, Peraturan Daerah Kabupaten/Kota adalah peraturan perundang-undangan yang dibentuk DPRD Kabupaten/Kota dan disahkan Bupati/Walikota yang mengatur kepentingan masyarakat atau tatanan pemerintahan yang menjadi fungsi pemerintahan Kabupaten/Kota di bidang otonomi dan tugas pembantuan. <sup>1</sup> Peraturan Daerah sebagai salah satu bentuk Peraturan Perundang-Undangan

<sup>1</sup> Bagir Manan, Menyongsong Fajar Otonomi Daerah, Pusat Studi Hukum, Yogyakarta, 2005, hlm.

NO	PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN	ANALISIS PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN
		<p>merupakan bagian dari pembangunan sistem hukum nasional. Kemandirian dalam berotonomi tidak berarti daerah dapat membuat peraturan perundang-undangan atau keputusan yang terlepas dari sistem perundang-undangan secara nasional. Peraturan perundang-undangan tingkat daerah merupakan bagian tak terpisahkan dari kesatuan sistem perundang-undangan secara nasional. Karena itu tidak boleh ada peraturan perundang-undangan tingkat daerah yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi tingkatnya atau kepentingan umum.<sup>2</sup></p> <p>- <b>Pasal 33 Ayat (4):</b> <i>“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. ****)”</i></p> <p>Berdasarkan ketentuan tersebut dijelaskan bahwa substansi terkait dengan nilai ekonomi dalam UUD 1945 ini oleh para pendiri bangsa Indonesia, dielaborasi dengan istilah demokrasi ekonomi. Demokrasi ekonomi ini termanifestasikan dalam ekonomi kerakyatan yang terkandung dalam UUD 1945 tersebut.<sup>3</sup> Demokrasi ekonomi Indonesia</p>

<sup>2</sup> Bagir Manan, Sistem dan Teknik Pembuatan Peraturan Perundang-undangan Tingkat Daerah, Bandung, LPPM Universitas Bandung, 1995, hlm. 8

<sup>3</sup> Edy Suandi Hamid, M.B. Hendrie Anto, Ekonomi Indonesia Memasuki Milenium III, Yogyakarta, UII Press, 2000, hlm. 5.

NO	PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN	ANALISIS PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN
		<p>sesuai paham kolektivisme menempatkan kepentingan masyarakat pada posisi utama. Pada penjelasan Pasal 33 UUD 1945 disebutkan bahwa dalam demokrasi ekonomi yang diutamakan adalah kemakmuran masyarakat bukan kemakmuran prorangan tetapi kemakmuran untuk semua orang. Kemakmuran masyarakat dan kedudukan rakyat yang ditempatkan dalam posisi sentral-substansial ini menjadi ciri sosialistik Pasal 33 UUD 1945. Doktrin demokrasi ekonomi Pasal 33 UUD 1945 dipandang tidak terdapat dalam di literatur Barat. Doktrin ini khas Indonesia yang merepresentasikan pandangan sosial ekonomi Indonesia. Demokrasi ekonomi Indonesia yang menjadi spirit Pasal 33 UUD 1945 ini menjiwai sistem ekonomi Indonesia yang oleh Hatta disebut sebagai sistem ekonomi yang berwatak sosialisme-religius.<sup>4</sup></p>
2.	<p>Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kota Besar dalam Lingkungan Propinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Dalam Daerah Istimewa Yogyakarta (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 1950 Nomor 45) sebagaimana</p>	<p>Merupakan undang-undang pembentukan kota Kediri.</p>

<sup>4</sup> Sri-Edi Swasono, Kembali ke Pasal 33 UUD 1945 Menolak Neoliberalisme (Jakarta: Yayasan Hatta, 2010), h. 33-35.

NO	PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN	ANALISIS PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN
	telah diubah Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1965 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1965 Nomor 19, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2730);	
5.	Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun	Sebagai negara hukum, Indonesia memandang dari segala aspek kehidupan dalam bidang kemasyarakatan, kebangsaan, dan kenegaraan termasuk pemerintahan harus berdasarkan atas hukum yang sesuai dengan sistem hukum nasional. Sistem hukum nasional merupakan hukum yang berlaku di Indonesia dengan semua elemennya yang saling menunjang satu dengan yang lain dalam rangka mengantisipasi dan mengatasi permasalahan yang timbul dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. <sup>5</sup>

<sup>5</sup> Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234

NO	PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN	ANALISIS PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN
	2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6801);	
6.	Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587), sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);	Dalam melaksanakan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah, kepala daerah dan DPRD selaku penyelenggara Pemerintahan Daerah membuat Perda sebagai dasar hukum bagi Daerah dalam menyelenggarakan Otonomi Daerah sesuai dengan kondisi dan aspirasi masyarakat serta kekhasan dari Daerah tersebut. Perda yang dibuat oleh Daerah hanya berlaku dalam batas-batas yurisdiksi Daerah yang bersangkutan. Walaupun demikian Perda yang ditetapkan oleh Daerah tidak boleh bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi tingkatannya sesuai dengan hierarki peraturan perundang-undangan. Disamping itu Perda sebagai bagian dari sistem peraturan perundang-undangan tidak boleh bertentangan dengan kepentingan umum sebagaimana diatur dalam kaidah penyusunan Perda. <sup>6</sup>

<sup>6</sup> Ibid, Penjelasan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

NO	PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN	ANALISIS PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN
10.	Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414);	Pengembangan Ekonomi Kreatif mengalami beberapa kendala, seperti keterbatasan akses perbankan, promosi, infrastruktur, pengembangan kapasitas Pelaku Ekonomi Kreatif, dan sinergitas di antara pemangku kepentingan. Untuk itu, diperlukan suatu pengaturan Ekonomi Kreatif secara komprehensif yang berdasarkan Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan Bhinneka Tunggal Ika serta berasaskan keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, manfaat, keadilan, berkelanjutan, dan identitas bangsa. Secara umum, Undang-Undang tentang Ekonomi Kreatif mengatur materi pokok mengenai Pelaku Ekonomi Kreatif, Ekosistem Ekonomi Kreatif, Rencana Induk Ekonomi Kreatif, dan Kelembagaan yang diuraikan dalam batang tubuh Undang-Undang tentang Ekonomi Kreatif beserta penjelasannya. <sup>7</sup>
11.	Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2017 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 73, Tambahan Lembaran Negara	Peraturan Pemerintah ini juga memperjelas mekanisme koordinasi antara APIP dengan Aparat Penegak Hukum dalam penanganan pengaduan masyarakat. Di samping itu, Peraturan Pemerintah ini juga memperjelas pembinaan dan pengawasan terhadap pemerintahan desa sebagai penyelenggara urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat desa dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang menerima dan mengelola sumber daya negara. Secara umum materi muatan

<sup>7</sup> Penjelasan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414

NO	PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN	ANALISIS PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN
	Republik Indonesia Nomor 6041);	dalam Peraturan Pemerintah ini mengatur mengenai Pembinaan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah, Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah, tata cara Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah, penghargaan dan fasilitasi khusus, pendanaan, dan sanksi administratif termasuk tata cara penjatuhan sanksi administratif dan sanksi program pembinaan khusus bidang pemerintahan bagi penyelenggara Pemerintahan Daerah dan dactrah yang melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. <sup>8</sup>
12.	Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif	Peraturan pemerintah ini merupakan peraturan pelaksana dari undang-undang ekonomi kreatif. Peraturan pelaksana ini mengatur tentang pembiayaan ekonomi kreatif; fasilitasi pengembangan Sistem Pemasaran Produk Ekonomi Kreatif Berbasis Kekayaan Intelektual; infrastruktur Ekonomi Kreatif; insentif bagi Pelaku Ekonomi Kreatif; tanggung jawab Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah serta peran serta masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Kreatif; dan penyelesaian sengketa Pembiayaan. Semua materi dalam PP ini akan dilakukan penyesuaian sesuai dengan muatan yang ada di Peraturan Daerah Kota Kediri.

<sup>8</sup>Penjelasan Atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2017 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6041

## **BAB IV**

### **LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS DAN YURIDIS**

Berdasarkan pembahasan di atas maka pada bagian ini tim peneliti akan memaparkan aspek filosofis, sosiologis dan yuridis upaya pemerintah Kota Kediri dalam mengembangkan Ekonomi Kreatif di Kota Kediri.

#### **4.1. Landasan Filosofis**

Dalam Pembukaan UUD 1945 disebutkan tujuan negara Republik Indonesia antara lain membentuk suatu Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum. Hal ini diperjelas dalam ketentuan Pasal 28H ayat (1) menyebutkan setiap orang berhak hidup sejahtera lahir batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan. Berdasarkan Pasal 33 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengenai konsep pemanfaatan sumber daya alam, dinyatakan bahwa “bumi, air, dan, kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat”. Tujuan penguasaan negara atas sumber daya alam adalah mewujudkan keadilan sosial dan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat. Hal ini semakin dipertegas dengan Pasal 34 ayat (2) UUD 45 yang menyebutkan “Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan”.

Selanjutnya dalam Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 menyebutkan 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. Dalam melaksanakan tujuan tersebut harus melibatkan semua lapisan masyarakat termasuk pelaku usaha industri kreatif. Oleh sebab itu pelaku usaha dalam menjalankan usahanya harus memperhatikan dan menjaga alam, lingkungan dan masyarakat sekitarnya agar alam dan lingkungan tetap terjaga dengan baik sehingga masyarakat tetap mendapatkan kehidupan yang layak sebagaimana yang telah dijamin dalam UUD 1945 dan Pancasila. Sehingga dalam hal ini landasan filosofis mengacu pada Pancasila.

Upaya meningkatkan pembangunan perekonomian nasional selain menjadi tanggung jawab pemerintah daerah, tidak luput juga dari keterlibatan perusahaan maupun pihak swasta

dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Adapun tujuan ekonomi kreatif, antara lain: (1) meningkatkan kontribusi produk, terutama terhadap domestik bruto; (2) membantu peningkatan nilai ekspor; (3) menambah lapangan kerja baru karena kebutuhan tenaga kerja meningkat; (4) jumlah perusahaan kompetitif bertambah, terutama dalam bidang ekonomi kreatif; dan (5) memperkuat branding produk lokal di dalam negeri.

## **4.2. Landasan Sosiologis**

### **4.2.1. Visi dan Misi Kota Kediri**

Kota Kediri merupakan salah satu kota yang berperan vital dalam perekonomian Jawa Timur. Dalam pelaksanaan pemerintahan, Kota Kediri memiliki visi dan misi sebagai berikut:

#### **Visi**

*“Mewujudkan Kota Kediri unggul dan Makmur dalam harmoni”*

#### **Misi**

1. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih, transparan dan berintegritas berorientasi pada pelayanan prima dan teknologi informasi.
2. Mewujudkan SDM yang berkualitas dan berdaya saing berbasis nilai agama dan budaya.
3. Memperkuat perekonomian daerah berbasis potensi unggulan daerah dan pengembangan ekonomi kreatif yang berkeadilan.
4. Mewujudkan Kota Kediri yang aman, nyaman, dan berwawasan lingkungan yang berkelanjutan.

### **4.2.2. Kondisi Umum Kota Kediri**

#### **A. Kondisi Geografis**

Secara astronomis, Kota Kediri terletak antara 7045'-7055' Lintang Selatan dan 111005'- 112003' Bujur Timur. Berdasarkan posisi geografisnya, Kota Kediri dikelilingi oleh wilayah Kabupaten Kediri dengan batas-batas:

Utara: Kecamatan Gampengrejo, Ngasem, dan Grogol;

Selatan: Kecamatan Kandat, Ngadiluwih, dan Semen;

Barat: Kecamatan Wates dan Gurah;

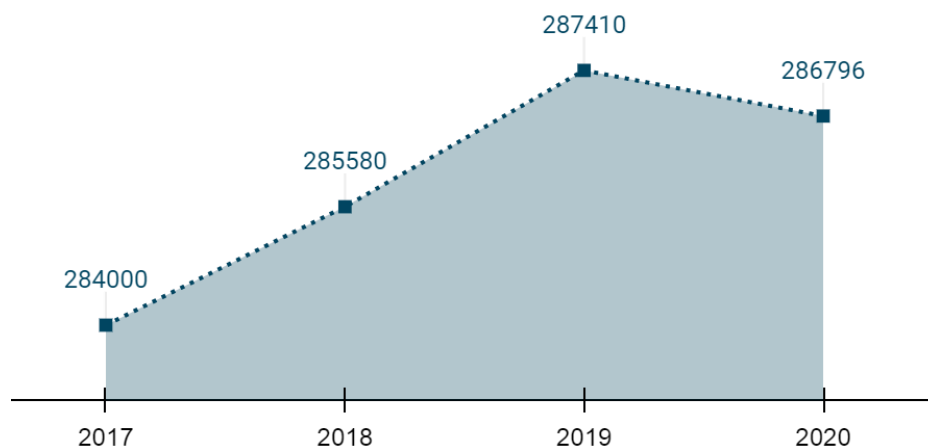
Timur: Kecamatan Banyakan dan Semen.

Kota Kediri terdiri dari 3 kecamatan yaitu Kecamatan Mojosari, Kecamatan Kota, dan Kecamatan Pesantren. Wilayah Kota Kediri dengan luas 6.719,95 Ha terbelah menjadi dua

bagian, oleh Sungai Brantas yang mengalir dari selatan ke utara, yaitu wilayah barat sungai dan timur sungai. Secara administrasi, Kota Kediri terbagi menjadi tiga kecamatan, yaitu: Kecamatan Mojoroto, Kecamatan Kota, dan Kecamatan Pesantren. Wilayah barat sungai secara keseluruhan termasuk dalam wilayah Kecamatan Mojoroto dengan luas 2.693,35 Ha, sementara wilayah timur sungai termasuk dalam wilayah kecamatan kota seluas 1.595,01 Ha dan Kecamatan Pesantren seluas 2.431,59 Ha.

## B. Kondisi Demografis

Berbicara mengenai pembangunan daerah tentu tidak terlepas dari aspek kependudukan (demografis) yang menjadi aspek penting dalam melaksanakan pembangunan, dalam artian bahwa penduduk merupakan subjek sekaligus objek pembangunan. Penduduk Kota Kediri pada tahun 2020 adalah sebanyak 292.262 jiwa yang terdiri atas 145.171 jiwa penduduk laki-laki dan 147.091 jiwa penduduk perempuan. Dibandingkan dengan jumlah penduduk tahun 2010, penduduk Kota Kediri mengalami pertumbuhan sebesar 0,0066 persen.



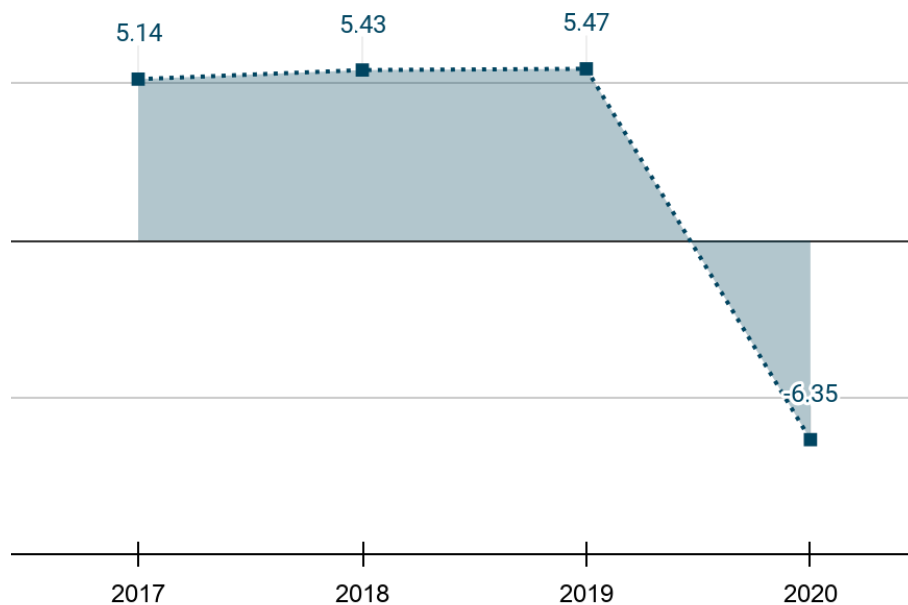
*Gambar 1 Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kota Kediri 2017-2020 (Jiwa)*

Pada tahun 2020, jumlah penduduk Kota Kediri mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penduduk tahun 2020 turun sebanyak 2.688 jiwa dari 294.950 jiwa menjadi 292.262 jiwa.

Kepadatan penduduk di Kota Kediri tahun 2020 mencapai 4.349,78 jiwa/km<sup>2</sup>, Kecamatan Kota merupakan kecamatan terpadat dengan angka kepadatan penduduk 6.029 jiwa/km<sup>2</sup>. Berdasarkan kelompok usia, komposisi penduduk Kota Kediri tahun 2020 terdiri atas 69,74 persen atau 203.833 jiwa penduduk berusia 15-54 tahun, 23,06 persen atau 67.401 jiwa berusia 0-14 tahun, dan 17,68 persen atau 51.674 jiwa berusia 55 tahun ke atas.

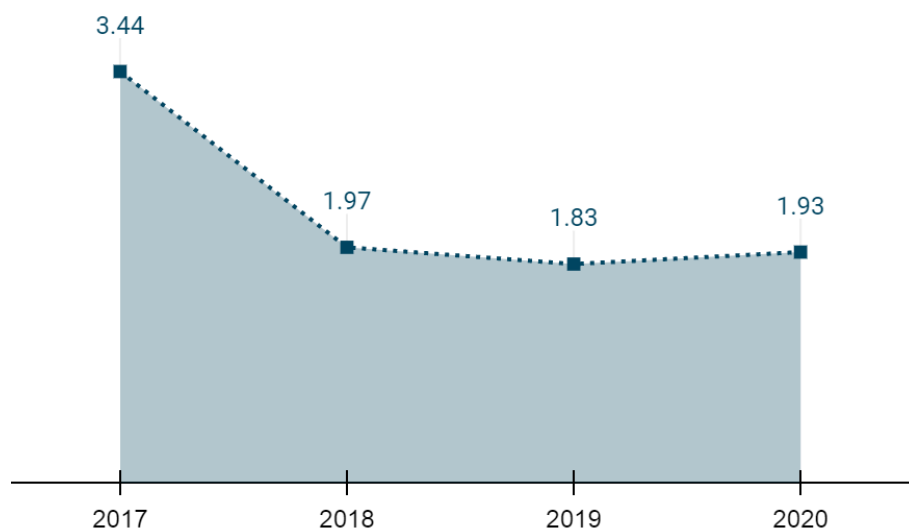
### C. Kondisi Ekonomi

Angka PDRB atas dasar harga berlaku (ADHB) Kota Kediri tahun 2020 senilai 132.406.061,08 juta rupiah. Kategori Industri Pengolahan masih memberi sumbangan terbesar pada PDRB Kota Kediri. Sumbangan sektor tersebut pada PDRB Kota Kediri mencapai 82,13 persen. Pada peringkat kedua adalah sektor Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor dengan sumbangan 8,67 persen. Sektor Informasi dan Komunikasi menempati urutan ketiga dan menyumbangkan andil sebesar 2,08 persen. Sementara itu PDRB atas dasar harga konstan (ADHK) tahun 2010 digunakan untuk menggambarkan perkembangan PDRB dan komponennya. Berdasarkan angka PDRB ADHK pertumbuhan PDRB Kota Kediri tahun 2020 berkontraksi 6,25 persen dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan PDRB tertinggi sebesar 17,82 persen adalah pada sektor Informasi dan Komunikasi.



*Gambar 2 Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Kediri 2017-2020 (%)*

Laju pertumbuhan ekonomi Kota Kediri pada tahun 2020 turun drastis hingga angka minus 6,35. Hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang berdampak pada seluruh wilayah di Indonesia, bahkan dunia. Penurunan laju pertumbuhan ekonomi Kota Kediri sejalan dengan penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang sama-sama minus.

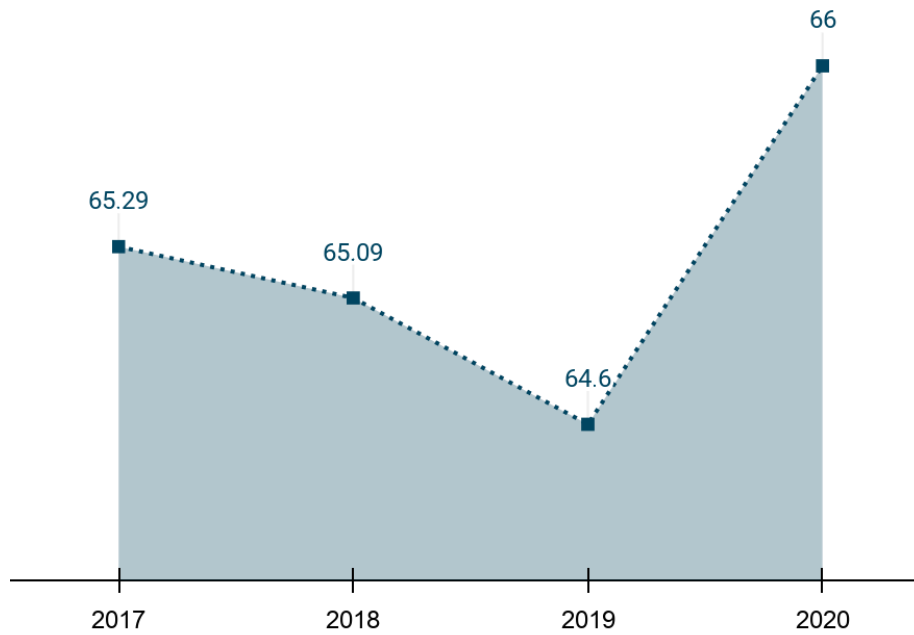


*Gambar 3 Inflasi Kota Kediri 2017-2020 (%)*

Perekonomian Kota Kediri tentunya tidak lepas dari perkembangan inflasi. Inflasi dapat diartikan sebagai kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan deflasi merupakan kebalikan dari inflasi, yakni penurunan harga barang secara umum dan terus menerus. Tingkat inflasi tahun kalender 2020 Kota Kediri sebesar 1,93 persen dan tingkat inflasi tahun ke tahun (Desember 2020 terhadap Desember 2019) sebesar 1,93 persen.

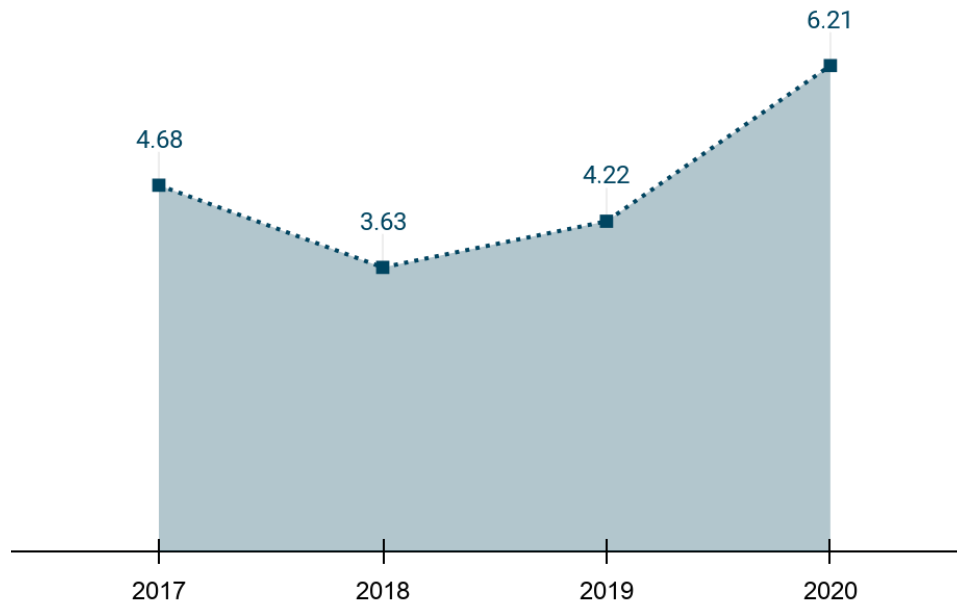
Sementara itu, dari aspek kesejahteraan, jumlah penduduk usia kerja Kota Kediri tahun 2020 adalah 230.694 jiwa, terdiri atas 66 persen atau 152.265 jiwa angkatan kerja dan 34 persen atau 78.429 jiwa bukan angkatan kerja. Berdasarkan jenis kelamin 57,72 persen angkatan kerja adalah laki-laki dan 42,28 persen perempuan.

Komposisi angkatan kerja secara ekonomi terbagi atas 93,79 persen bekerja dan 6,21 persen pengangguran terbuka. Persentase penduduk bekerja baik laki-laki maupun perempuan berkisar pada angka 93 sampai 94 persen. Sementara itu komposisi bukan angkatan kerja secara ekonomi terdiri atas 54,45 persen penduduk usia kerja yang mengurus rumah tangga, 34,19 persen sedang bersekolah, dan 11,36 persen melakukan kegiatan lainnya. Ada perbedaan komposisi pada penduduk laki-laki dan perempuan. Pada penduduk laki-laki komposisi terbesar bukan angkatan kerja adalah sedang bersekolah 46,52 persen, sementara pada penduduk perempuan yang terbesar adalah mengurus rumah tangga 66,95 persen.



*Gambar 4 Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) (%).*

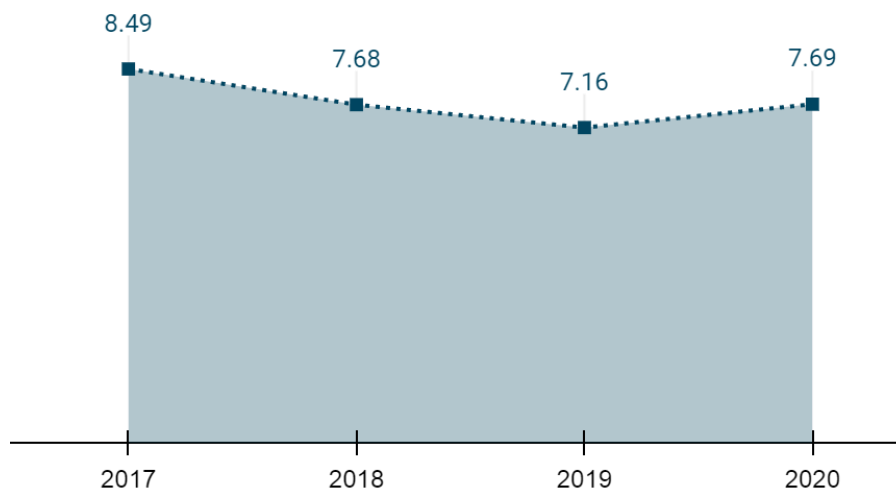
Tingkat partisipasi angkatan kerja di Kota Kediri mengalami kenaikan di tahun 2020 dengan persentase sebesar 66%. Lapangan pekerjaan utama yang paling banyak menyerap tenaga kerja adalah sektor jasa, yang meliputi perdagangan besar, eceran, rumah makan, dan hotel; angkutan, pergudangan, dan komunikasi; keuangan, asuransi, usaha persewaan bangunan, tanah, dan jasa perusahaan; dan jasa kemasyarakatan, sosial, dan perorangan. Persentase penduduk yang bekerja pada sektor tersebut mencapai 75,68 persen. Sektor lain yang juga banyak menyerap tenaga kerja adalah sektor industri pengolahan, menyerap 20,25 persen tenaga kerja yang ada.



*Gambar 5 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) (%)*

Jumlah pengangguran di Kota Kediri mengalami kenaikan dari tahun 2018 hingga 2020. Namun kenaikan tertinggi adalah dari tahun 2019 ke tahun 2020, dengan kenaikan sebesar 1,99%. Hal ini juga dipicu akibat adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan beberapa masyarakat terpaksa dirumahkan dikarenakan menurunnya pendapatan sektor usaha.

Krisis pandemi Covid-19 berdampak pada perubahan bisnis secara global. Mode komunikasi, pola kerja, hingga pola perilaku konsumen ikut bergeser. Jumlah industri besar Kota Kediri dari tahun 2018 hingga 2020 memiliki jumlah yang sama, yakni 52 unit yang tersebar di 5 kecamatan. Kecamatan dengan jumlah industri besar terbanyak adalah di Kecamatan Kademangan sebanyak 18 unit. Dampak pandemi terhadap industri besar adalah menurunnya penjualan akibat adanya pembatasan terhadap segala bentuk aktivitas di luar rumah yang pada akhirnya berdampak pada aktivitas ekonomi.



*Gambar 6 Persentase Penduduk Miskin (%)*

Jumlah penduduk miskin Kota Kediri mengalami kenaikan pada tahun 2020, setelah sebelumnya turun dari tahun 2017 hingga 2019. Jika dibandingkan dengan kabupaten/kota di Jawa Timur pada tahun 2020, Kota Kediri menempati urutan ke-32 yaitu 22,19 ribu penduduk, dengan jumlah penduduk miskin tertinggi adalah Kabupaten Malang yaitu mencapai 265,56 ribu penduduk. Sedangkan jumlah penduduk miskin terendah di Jawa Timur yaitu Kota Mojokerto, dengan angka mencapai 8,09 ribu penduduk.

#### **D. Gambaran Umum Industri Kreatif Kota Kediri**

Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi daerah, Pemerintah Kota Kediri melaksanakan program-program pengembangan khususnya dalam sektor industri yang bertujuan untuk mengembangkan sektor industri daerah dan meningkatkan kapasitas produksi yang dihasilkan, khususnya bagi ekonomi kreatif. Sebagian besar unit usaha ekonomi kreatif di Kota Kediri bergerak dalam produksi makanan dan pengolahan hasil pertanian. Hal ini dikarenakan wilayah-wilayah penyangga (greater area) di sekitar Kota Kediri merupakan penghasil berbagai komoditas pertanian sehingga banyak pihak yang melihatnya sebagai peluang usaha yang prospektif dan kemudian diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah, bahkan beberapa di antaranya telah berhasil memasarkan produknya menembus pasar internasional. Akan tetapi, pemanfaatan ekonomi lokal dalam ekonomi kreatif unggulan ini dirasa belum terserap seluruhnya, karena untuk beberapa ekonomi kreatif bahan baku produksi masih mengambil dari luar Kota Kediri.

Pemerintah Kota Kediri terus mengupayakan perbaikan khususnya dalam hal pemetaan dan/atau pendataan pada industri kreatif yang ada. Beberapa ekonomi kreatif unggulan Kota Kediri yang termasuk ke dalam 14 sektor industri kreatif dan berhasil didata oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Tenaga Kerja Kota Kediri diantaranya adalah sektor kuliner, kerajinan, dan fesyen (Dewandaru *et al*, 2016). Berikut merupakan ekonomi kreatif unggulan yang berbasis industri kreatif di Kota Kediri:

*Tabel 1 UMKM Unggulan Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Kediri*

No	Klasifikasi Ekonomi Kreatif	Jenis Produk	Keterangan
1	Ekonomi Kreatif yang unggul dan menonjol	Tenun ikat, Sulak, Batik	Daya kreasi: Tinggi Serapan tenaga kerja: Tinggi Pemasaran: Tinggi Bahan Baku: Tinggi Kebaruan: Tinggi Pendidikan: Sedang Lama Usaha: Rendah
2	Ekonomi Kreatif yang unggul dan cukup	Kerajinan kaos, kerupuk, toples hias, jilbab lukis, manikmanik, aneka bordir, dan kaca hias	Daya kreasi: Tinggi Serapan tenaga kerja: Cukup Pemasaran: Cukup Bahan Baku: Tinggi Kebaruan: Tinggi Pendidikan: Sedang Lama Usaha: Rendah
3	Ekonomi Kreatif yang unggul dan kurang	Tahu	Daya kreasi: Rendah Serapan tenaga kerja: Tinggi Pemasaran: Tinggi Bahan Baku: Cukup Kebaruan: Rendah Pendidikan: Sedang Lama Usaha: Tinggi

Sumber: Dewandaru *et al*, 2016

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewandaru (2016) tersebut dapat diketahui bahwa terdapat beberapa klasifikasi ekonomi kreatif, jenis produk, dan keterangan yang menunjukkan kondisi dari masing-masing produk baik dari segi daya kreasi, serapan tenaga kerja, pemasaran, sampai dengan lama usaha. Dilakukannya elaborasi dengan penelitian sebelumnya dalam penyusunan kajian ekonomi kreatif Kota Kediri juga sekaligus memberikan pemahaman (insight) baru dalam penyusunan strategi untuk perbaikan dan pengembangan ekonomi kreatif Kota Kediri kedepannya tentunya tetap dengan memperhatikan kebaruan dan/atau kondisi saat ini.

Lebih lanjut, Kota Kediri sebagai kota yang memiliki cerita sejarah yang panjang, sebenarnya memiliki cukup banyak seni pertunjukan yang hingga saat ini masih beroperasi dan terdata di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga. Beberapa seni pertunjukan yang ada di Kota Kediri adalah:

Tabel 2 Seni Pertunjukan Kota Kediri

No	Jenis Kesenian	Kecamatan Mojorot (Grup)	Kecamatan Kota (Grup)	Kecamatan Pesantren (Grup)	Jumlah (Grup)
1	Jaranan	43	40	30	113
2	Orkes Melayu	12	9	15	36
3	Sanggar Tari	3	-	1	4
4	Wayang Kulit	2	-	5	7
5	Campursari	2	1	3	6
6	Jemblung	1	-	-	1
7	Reog	-	-	2	2
8	Ketoprak	-	-	1	3
<b>Jumlah</b>		63	52	57	172

Sumber: Dewandaru *et al*, 2016

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa kesenian jaranan merupakan seni pertunjukan yang berjumlah paling banyak di Kota Kediri dengan jumlah sebanyak 113 Grup yang sudah memiliki nomor induk, kesenian Jaranan menjadi Seni pertunjukan paling populer di Kota Kediri. Perkembangan kesenian Jaranan ini semakin berkembang pesat dari tahun ke tahun. Namun akibat dampak pandemi covid 19, berbagai pertunjukan ataupun kesenian yang menghadirkan banyak masa memang masih dilarang, tak terkecuali pertunjukan kesenian jaranan.

Daya tarik kesenian jaranan berakibat kepada makin banyaknya masyarakat yang ikut bergabung dengan kelompok jaranan. Setiap kelompok jaranan biasanya beranggotakan 20 sampai 30 orang semua berasal dari orang Kediri, namun saat pertunjukan jumlah itu disesuaikan dengan besarnya anggaran dari penyewa. Rata-rata dalam satu kelompok jaranan terdiri dari, a) dalang, b) gambuh, c) penari, d) sindhen, dan e) nayaga. Seiring semakin berkembangnya kesenian jaranan, berbagai usaha pendukung kesenian jaranan satu-persatu semakin banyak bermunculan seperti:

1. Kerajinan ukir barongan

Bahan baku kerajinan Barongan relatif mudah didapatkan, diperoleh dari lingkungan sekitar Kota Kediri, mulai dari bambu, kulit, ekor lembu untuk rambut, kayu dadap cangkring atau kayu waru, cat, tali plastik, dan lain-lain. Akan tetapi, khusus untuk memenuhi kebutuhan kayu beberapa pengrajin memperoleh dari kota sekitar Kediri, seperti dari wilayah Madiun, Nganjuk, Kabupaten Kediri, dan daerah lain.

Barongan adalah salah satu properti topeng berbentuk kepala naga dengan mahkota di atas kepala (jamang) dan terdapat ornamen rambut serta sungut yang dimainkan pada salah satu adegan dalam seni pertunjukkan jaranan. Dalam proses

produksi, pengrajin Barongan dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan meningkatkan inovasi produk, dan pemasaran. Inovasi produk dapat dilakukan dengan cara memberi ukiran yang sesuai pada bagian kepala naga yang terbuat dari kayu. Ukiran mata, hidung, gigi dan alis dibuat dengan sederhana agar menyerupai bentuk barongan asli (yang biasa dipentaskan dalam seni pertunjukkan jaranan) dan tetap sesuai dengan pakem.

Peningkatan produksi dilakukan dengan pembuatan cetakan gambar naga untuk mahkota (jamang) agar ukuran gambar ular naganya menjadi lebih proporsional dan cara kerjanya lebih cepat. Selain itu teknik pengecatan juga menggunakan *spray gun* sehingga dapat membuat gradasi warna menjadi lebih baik. Ditambah lagi dengan penataan hiasan sungut dan permata mainan pada mata naga akan menjadikan karakter naga menjadi lebih “hidup”. Pada aspek pemasaran juga dilakukan secara online melalui marketplace. Tak kalah penting juga memberi logo/merek pada produk yang dihasilkan agar dapat memberi nilai tambah terhadap minat pada konsumen untuk membeli.

## 2. Kerajinan Pecut

Untuk bahan baku didatangkan dari Kota Kediri dan dari luar Kota Kediri. Seperti bahan baku bambu dari Tulungagung, kayu untuk pentulan dari Ponorogo. Datangnya bahan baku setiap satu bulan sekali. Kalau untuk caplok bahan bakunya dari lokal saja yang dipres dengan cetakan caplok. Bahan baku pecut juga berasal dari lokal. Waktu pengerjaan biasanya dimulai jam 5 pagi sampai dengan jam 4 sore.

Tidak hanya pengrajin yang semakin banyak, pembeli perlengkapan jaranan ini tidak terbatas pada kelompok jaranan saja tapi masyarakat yang memang hobi dengan kesenian jaranan juga ikut membeli perlengkapan jaranan sebagai koleksi.

### **4.3. Landasan Yuridis**

Landasan yuridis merupakan pertimbangan secara hukum bahwa rancangan Naskah Akademik Ekonomi Kreatif Kota Kediri 2022-2025 mempunyai landasan hukum yang kuat untuk diberlakukan di Kota Kediri. Landasan ini akan menguatkan kepastian dan penegakan hukum dalam mewujudkan fungsi-fungsinya dengan mengakui dan menghormati hak, norma dan nilai masyarakat maupun hak-hak tradisionalnya, demi mewujudkan kesejahteraan rakyat yang berkeadilan sosial.

Peraturan perundang-undangan yang dapat dijadikan sebagai dasar hukum pembentukan Naskah Akademik Ekonomi Kreatif Kota Kediri adalah sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kabupaten dalam Lingkungan Propinsi Jawa Timur (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 1950 Nomor 41) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1965 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1965 Nomor 19, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 27301);
- c. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6801);
- d. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
- e. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414);
- f. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 151, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6802);
- g. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 272).

## BAB V

### JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN RANCANGAN PERATURAN DAERAH KOTA KEDIRI TENTANG RENCANA INDUK PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA KEDIRI TAHUN 2022-2027

#### A. JANGKAUAN DAN ARAH PENGATURAN RANCANGAN PERATURAN DAERAH KOTA KEDIRI RENCANA INDUK PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA KEDIRI TAHUN 2022-2027

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya maka dalam bab ini akan diuraikan terkait relevansi, jangkauan, arah pengaturan, dan ruang lingkup materi Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Kediri Tahun 2022-2027. Adapun penjelasan sebagai berikut:

Sasaran pengaturan	Jangkauan pengaturan	Arah pengaturan
a. mendorong daya saing produk barang atau jasa agar memiliki nilai tambah sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi daerah, dan perubahan lingkungan perekonomian global;	a. Pemerintah daerah sebagai penyelenggara Rindekraf	a. Mengatur tentang perencanaan pengembangan ekonomi kreatif.
b. meningkatkan kesejahteraan warga masyarakat Kota Kediri dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah;	b. Walikota melalui Kepala Perangkat Daerah sebagai pelaksana monitoring dan evaluasi serta pembinaan dan pengawasan	b. Sinergitas antara Pemerintah daerah dengan pelaku ekonomi kreatif.
c. menciptakan ekosistem Ekonomi Kreatif di Kota Kediri;	c. Perangkat daerah terkait sebagai pelaksana dari rancangan peraturan daerah ini	c. strategi yang diambil yaitu: mengkampanyekan produk ekonomi kreatif kota kediri, revitalisasi dan digitalisasi pasar rakyat, digital bootcamp, pengembangan dashboard ekonomi, kemudahan perizinan

<p>d. menciptakan peluang dan memperluas lapangan pekerjaan yang berpihak pada nilai seni dan budaya serta sumber daya ekonomi lokal;</p> <p>e. mengoptimalkan potensi Pelaku Ekonomi Kreatif;</p> <p>f. melindungi hasil kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif;</p> <p>g. mengarusutamakan Ekonomi Kreatif dalam Rencana Pembangunan Daerah; dan</p> <p>h. menumbuhkembangkan semangat Ekonomi Kreatif yang inovatif dalam rangka membangun perekonomian Kota Kediri berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan</p>		<p>dan sertifikasi, rumah kreatif, pelatihan hospitality dan sertifikasi CHSE bagi usaha sektor pariwisata.</p>
---	--	---

**B. RUANG LINGKUP DAN MATERI PERATURAN DAERAH TENTANG RANCANGAN PERATURAN DAERAH KOTA KEDIRI  
RENCANA INDUK PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA KEDIRI TAHUN 2022-2027**

Tabel ...

**Ruang Lingkup Dan Materi Peraturan Daerah Tentang Rancangan Peraturan Daerah Kota Kediri Rencana Induk  
Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Kediri Tahun 2022-2027**

NO.	RANCANGAN PERATURAN DAERAH	DASAR HUKUM	ALASAN DAN PERTIMBANGAN/ KETERANGAN
1	2	3	4
1.	 <p align="center"> <b>WALIKOTA KEDIRI</b>  <b>PROVINSI JAWA TIMUR</b>  <b>RANCANGAN</b>  <b>PERATURAN DAERAH KOTA KEDIRI</b>  <b>NOMOR ... TAHUN ...</b> </p>	<p>Tata cara penulisan bagian judul telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan</p>	

1	2	3	4
	<p style="text-align: center;">TENTANG RENCANA INDUK PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA KEDIRI TAHUN 2022-2027</p> <p style="text-align: center;">DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA WALIKOTA KEDIRI,</p>	<p>(Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6801)</p>	
2.	<p>Menimbang : a. bahwa Ekonomi Kreatif memiliki peranan strategis dalam peningkatan perekonomian Daerah serta penciptaan lapangan kerja demi mewujudkan masyarakat yang sejahtera, adil, dan makmur yang perlu dituangkan dalam bentuk Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif yang selaras dengan perencanaan pembangunan Daerah;</p> <p>b. bahwa Kota Kediri memiliki potensi perekonomian yang perlu</p>	<p>Konsiderans Menimbang telah disusun sesuai dalam huruf a, b dan huruf c</p>	

1	2	3	4
	<p>diptimalisasikan menjadi produk unggulan yang menciptakan nilai tambah melalui pengembangan Ekonomi Kreatif;</p> <p>c. bahwa berdasarkan ketentuan Pasal 12 ayat (3) huruf b, Lampiran huruf Z Nomor 3 dan Nomor 4 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah Juncto Pasal 26 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, Pemerintah Kota Kediri berwenang menyelenggarakan urusan Pemerintahan di bidang Ekonomi Kreatif;</p> <p>d. bahwa berdasarkan ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf a, huruf b, dan huruf c perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif.</p>		
3.	<p>Mengingat : 1. Pasal 18 Ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;</p>	<p>Tata cara Penulisan Mengingat telah sesuai dengan Undang-Undang</p>	

1	2	3	4
	<p>2. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kota Besar dalam Lingkungan Propinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Dalam Daerah Istimewa Yogyakarta sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1965 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1965 Nomor 19, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2730);</p> <p>3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234) sebagaimana telah diubah beberapa kali, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua</p>	<p>Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan</p>	

1	2	3	4
	<p>Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6801);</p> <p>4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587), sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);</p>		

1	2	3	4
	<p>5. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 266, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5599);</p> <p>6. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414);</p> <p>7. Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 114, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5887) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah</p>		

1	2	3	4
	<p>(Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 187, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6402);</p> <p>8. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 151, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6802);</p> <p>9. Peraturan Presiden Nomor 87 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 199) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 76 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan</p>		

1	2	3	4
	<p>Presiden Nomor 87 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 186);</p> <p>10. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 272);</p> <p>11. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 2036) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 120 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang</p>		

1	2	3	4
	<p>Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 157);</p> <p>12. Peraturan Badan Pusat Statistik Nomor 2 Tahun 2020 tentang Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1084);</p>		
4.	<p>Dengan Persetujuan Bersama</p> <p><b>DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KOTA KEDIRI</b></p> <p>dan</p> <p><b>WALIKOTA KEDIRI</b></p> <p><b>MEMUTUSKAN:</b></p>	<p>Tata cara penulisan telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan</p>	

1	2	3	4
5.	Menetapkan: PERATURAN DAERAH TENTANG RENCANA INDUK PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA KEDIRI TAHUN 2022-2027	Tata cara penulisan Diktum telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6801)	
6.	<p style="text-align: center;">BAB I KETENTUAN UMUM</p> <p style="text-align: center;">Pasal 1</p> <p>1. Daerah adalah Kota Kediri.</p> <p>2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Kediri.</p>	Pasal 1 telah dirumuskan dengan memperhatikan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan	

1	2	3	4
	<p>3. Walikota adalah Walikota Kediri.</p> <p>4. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang selanjutnya disingkat DPRD adalah Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Kediri.</p> <p>5. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Walikota dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.</p> <p>6. Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif yang selanjutnya disebut Rindekraf adalah dokumen perencanaan dalam rangka pengembangan Ekonomi Kreatif di daerah yang disusun untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.</p> <p>7. Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah yang selanjutnya disingkat APBD adalah Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Kediri.</p> <p>8. Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.</p> <p>9. Pelaku Ekonomi Kreatif adalah orang perseorangan atau kelompok orang warga Kota Kediri atau badan usaha berbadan hukum atau bukan berbadan hukum yang didirikan</p>	<p>Peraturan Perundang-Undangan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6801) dan sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional</p>	

1	2	3	4
	<p>berdasarkan hukum Indonesia yang melakukan kegiatan Ekonomi Kreatif.</p> <p>10. Inovasi adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang.</p> <p>11. Kekayaan Intelektual adalah kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia melalui daya cipta, rasa, dan karsanya yang dapat berupa karya di bidang teknologi, ilmu pengetahuan, seni, dan sastra.</p> <p>12. Kemitraan adalah kerja sama antara wirausaha pemula dengan usaha menengah dan usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan yang memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.</p>		
7.	<p>Pasal 2</p> <p>Pelaksanaan Rindekraf berdasarkan asas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa;</li> <li>b. manfaat;</li> <li>c. identitas bangsa;</li> <li>d. kekeluargaan;</li> <li>e. demokrasi ekonomi;</li> <li>f. kebersamaan;</li> <li>g. efisiensi berkeadilan;</li> </ol>	Muatan lokal	

1	2	3	4
	<ul style="list-style-type: none"> <li>h. kesejahteraan;</li> <li>i. berkelanjutan;</li> <li>j. kemandirian;</li> <li>k. keseimbangan;</li> <li>l. kesatuan ekonomi Daerah;</li> <li>m. kreativitas;</li> <li>n. inovasi;</li> <li>o. pendayagunaan; dan</li> <li>p. pemberdayaan.</li> </ul>		
8.	<p style="text-align: center;">Pasal 3</p> <p>Maksud dan tujuan pengaturan Rindekraf meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. mendorong daya saing produk barang atau jasa agar memiliki nilai tambah sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi daerah, dan perubahan lingkungan perekonomian global;</li> <li>b. meningkatkan kesejahteraan warga masyarakat Kota Kediri dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah;</li> <li>c. menciptakan ekosistem Ekonomi Kreatif di Kota Kediri;</li> <li>d. menciptakan peluang dan memperluas lapangan pekerjaan yang berpihak pada nilai seni dan budaya serta sumber daya ekonomi lokal;</li> <li>e. mengoptimalkan potensi Pelaku Ekonomi Kreatif;</li> </ul>	Muatan lokal	

1	2	3	4
	<p>f. melindungi hasil kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif;</p> <p>g. mengarusutamakan Ekonomi Kreatif dalam Rencana Pembangunan Daerah; dan</p> <p>h. menumbuhkembangkan semangat Ekonomi Kreatif yang inovatif dalam rangka membangun perekonomian Kota Kediri berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.</p>		
9.	<p style="text-align: center;">Pasal 4</p> <p>Rindekraf merupakan pedoman bagi Pemerintah Daerah dalam melaksanakan urusan pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah.</p>	<p>Mutatis mutandis dengan pasal 2 Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional</p>	
10.	<p style="text-align: center;">Pasal 5</p> <p>(1) Rindekraf sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 memuat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. prinsip pengembangan ekonomi kreatif di daerah;</li> <li>b. visi dan misi</li> <li>c. tujuan dan ruang lingkup; dan</li> <li>d. arah kebijakan, sasaran, strategi, dan pemangku kepentingan.</li> </ul> <p>(2) Rindekraf sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Daerah ini.</p>	<p>Mutatis mutandis dengan pasal 3 Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional</p>	

1	2	3	4
11.	<p style="text-align: center;">Pasal 6</p> <p>(1) Pelaksanaan Rindekraf diselenggarakan oleh Perangkat Daerah yang membidangi urusan ekonomi kreatif secara sinergis dengan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. satuan pendidikan;</li> <li>b. pelaku usaha;</li> <li>c. komunitas kreatif; dan</li> <li>d. media komunikasi.</li> </ol> <p>(2) Untuk efisiensi dan efektivitas pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah, perencanaan pelaksanaan Rindekraf sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bekerja sama dengan Perangkat Daerah terkait.</p>	<p>Mutatis mutandis dengan pasal 5 Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional</p>	
12.	<p style="text-align: center;">BAB II</p> <p style="text-align: center;">PENGEMBANGAN EKOSISTEM USAHA</p> <p style="text-align: center;">Pasal 7</p> <p>(1) Pengembangan ekosistem usaha di bidang Ekonomi Kreatif dilaksanakan pada subsektor:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. pengembangan permainan;</li> <li>b. kriya;</li> <li>c. desain interior;</li> <li>d. musik;</li> <li>e. seni rupa;</li> <li>f. desain produk;</li> </ol>	<p>Menyesuaikan dengan pasal 6 Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional</p>	

1	2	3	4
	<p>g. fesyen;  h. kuliner;  i. film, animasi dan video;  j. fotografi;  k. desain komunikasi visual;  l. televisi dan radio;  m. arsitektur;  n. periklanan;  o. seni pertunjukan;  p. penerbitan; dan  q. aplikasi.</p> <p>(2) Subsektor selain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat ditetapkan sebagai subsektor yang baru sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.</p>		
13.	<p style="text-align: center;"><b>BAB III</b>  <b>MONITORING DAN EVALUASI</b>  <b>Pasal 8</b></p> <p>(1) Walikota melalui Kepala Perangkat Daerah yang membidangi urusan ekonomi kreatif melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan Rindekraf sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8.</p> <p>(2) Walikota menyampaikan hasil monitoring dan evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada Menteri Dalam Negeri melalui</p>	<p>Penyesuaian dengan Pasal 7 dan Pasal 8 Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional</p>	

1	2	3	4
	<p>gubernur sebagai wakil Pemerintah Pusat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan ditembuskan kepada kepala lembaga yang membidangi urusan ekonomi kreatif.</p> <p>(3) Berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), Rindekraf dapat diubah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.</p> <p>(4) Ketentuan mengenai mekanisme pemantauan dan evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.</p> <p>(5) Walikota melalui Kepala Perangkat Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat membentuk Tim Monitoring dan Evaluasi Rindekraf.</p> <p>(6) Keanggotaan, tugas dan fungsi Tim sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan dengan Keputusan Walikota sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.</p>		
14.	<p style="text-align: center;">BAB IV PEMBIAYAAN Pasal 9</p> <p>Pembiayaan yang diperlukan bagi pelaksanaan Rindekraf bersumber dari:</p> <p>a. anggaran pendapatan dan belanja daerah; dan/atau</p>	<p>Mutatis mutandis dengan pasal 9 Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional</p>	

1	2	3	4
	b. sumber lain yang sah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.		
15.	<p style="text-align: center;"><b>BAB V</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PEMBINAAN DAN PENGAWASAN</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pasal 10</b></p> <p>(1) Walikota melalui Kepala Perangkat Daerah yang membidangi urusan ekonomi kreatif melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap pelaksanaan Rindekraf.</p> <p>(2) Walikota menyampaikan laporan pelaksanaan Rindekraf kepada Gubernur 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah Kota sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.</p> <p>(3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pembinaan dan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Peraturan Walikota.</p>	Muatan lokal	
16.	<p style="text-align: center;"><b>BAB VI</b></p> <p style="text-align: center;"><b>KETENTUAN PENUTUP</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pasal 11</b></p> <p>Peraturan Walikota dan Keputusan Walikota sebagai pelaksanaan terhadap Peraturan Daerah ini ditetapkan paling lama 6 (enam) bulan sejak Peraturan Daerah ini diundangkan.</p>	Menyesuaikan dengan ketentuan pada Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan sebagaimana telah	

1	2	3	4
		<p>diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6801)</p>	
17.	<p>Pasal 12</p> <p>Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Daerah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kota Kediri.</p>	<p>Menyesuaikan dengan ketentuan pada Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang</p>	

1	2	3	4
		Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6801)	

## BAB VI PENUTUP

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa, kondisi ekonomi kreatif di Kota Kediri memiliki banyak keunggulan dan/atau potensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut seperti SDM yang kreatif dan dukungan dari pemerintah Kota Kediri. Akan tetapi, masih terdapat pula beberapa kelemahan (*weakness*) yang ditemukan salah satunya yang berkaitan dengan kompetensi SDM. Selain itu, dalam pengembangan ekonomi kreatif Kota Kediri juga dihadapkan dengan faktor-faktor eksternal yang di satu sisi dapat memberikan dukungan positif (seperti, perkembangan teknologi untuk pemasaran, *branding*, promosi, dan lain sebagainya) dan di sisi lain dapat memberikan dampak negatif seperti kondisi yang sedang terjadi saat ini yakni pandemi COVID-19.

Untuk itu, guna membangun ekosistem ekonomi dan kota kreatif dibutuhkan kerjasama yang baik antar seluruh lapisan baik pemerintah, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya. Melalui sinergi pembangunan *top-down* dengan inisiatif *bottom-up* yang baik maka akan menciptakan sebuah keseimbangan yang baik pula dalam pembangunan ekonomi kreatif yang ada khususnya ditengah dinamika kondisi global yang tidak menentu khususnya selama pandemi COVID-19. Beberapa strategi dan program yang diusulkan antara lain adalah:

- a) pembentukan Komite Ekonomi Kreatif (KEK) yang bertugas untuk mengidentifikasi, mengkaji, merencanakan, mendampingi, dan memonitoring segala bentuk aktivitas ekonomi kreatif yang ada di Kota Kediri,
- b) *Local Common Branding*, indikasi program ini bertujuan sebagai upaya untuk *city/brand repositioning* ekonomi kreatif Kota Kediri yang nantinya direalisasikan melalui beberapa indikator diantaranya, *city branding* dan kampanye produk lokal dan perbaikan berbagai aspek pendukung didalamnya, seperti *visual identity* (perbaikan logo, desain, tagline, dsb),
- c) Kediri *Data and Research Center*, yang berperan sebagai pusat database ekraf dan dilengkapi dengan *thematic map* serta pusat penelitian dan pengembangan inovasi-inovasi ekraf Kota Kediri kedepannya,
- d) Revitalisasi dan Digitalisasi Pasar Rakyat, dimana menjadikan pasar rakyat sebagai pusat wisata dan digital. Program ini juga sekaligus sebagai bentuk upaya untuk mencapai prinsip ke-10 Kota Kreatif ICCN, yakni Kota yang mampu menyediakan fasilitas umum yang layak untuk masyarakat, termasuk fasilitas yang ramah bagi kelompok masyarakat rentan dan berkebutuhan khusus. Program revitalisasi pasar

secara tidak langsung juga bertujuan untuk mengedukasi masyarakat luas bahwa pasar bukan hanya sarana berbelanja konvensional semata melainkan juga dapat menjadi sarana berbelanja modern. Ditengah pandemi seperti saat ini, program revitalisasi pasar juga dapat diperkuat dengan layanan pesan antar dan *cashless*, dimana masyarakat dapat berbelanja dari rumah ataupun membayar tanpa menggunakan uang tunai. Hal ini dapat tercapai dengan adanya kolaborasi antar pemerintah, masyarakat, dan startup-startup terkait.

- e) Kediri *Creative Hub*, yang mana terdiri dari beberapa indikator seperti *expo/popup market* yang bertujuan untuk mengenalkan dan/atau menciptakan *awareness* masyarakat akan potensi ekonomi kreatif Kota Kediri, *social gathering*, *coworking space*, *training center*, ruang legal, dan *meeting room*. Melalui program Kediri *Creative Hub* ini Kota Kediri akan memiliki wadah bagi seluruh masyarakat khususnya pelaku ekraf dan generasi muda dalam meningkatkan kemampuan serta dapat dijadikan media untuk berdiskusi dan melakukan kolaborasi.
- f) Selain itu, kedepannya diharapkan akan terselenggara pula berbagai pelatihan (*workshop*) ekraf yang dilakukan secara rutin dan komprehensif seperti diantaranya pelatihan *leadership* dan manajemen, manajemen keuangan, *digital marketing*, SCRUM, dan MMC.
- g) Wirausaha Muda, dimana melalui beberapa indikator program yang nantinya akan dilaksanakan diantaranya yakni Digital Bootcamp and Hacksprint, Jagoan Bisnis, dan kurikulum wirausaha, besar harapan akan lahirnya wirausaha muda yang memiliki kompetensi yang baik dalam segala aspek baik teknologi, digital marketing, dan lain sebagainya yang bermanfaat dalam pengembangan usaha.

Adapun landasan filosofis, sosiologis, yuridis dalam pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Ekonomi Kreatif Kota Kediri pada dasarnya harus menjadi landasan proses pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Kediri. Selain itu, peraturan daerah tentang Ekonomi Kreatif bertujuan untuk mendukung pengembangan industry Ekonomi Kreatif di Kota Kediri.

## 6.2. Saran

Adapun saran yang dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah Kota Kediri terkait pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Kediri, antara lain:

1. Menerapkan beberapa strategi pengembangan ekonomi kreatif yang diusulkan agar dapat terealisasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi Kota Kediri.

- 
2. Dapat menempatkan pembahasan peraturan daerah Kota Kediri tentang Ekonomi Kreatif dalam penyusunan produk hukum daerah.