



LAPORAN AKHIR

PENYUSUNAN ROADMAP PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA MADIUN



Kerjasama Badan Perencanaan Penelitian dan Pengembangan Daerah
Kota Madiun dengan Swasaba Research Initiative
2022

TIM PENYUSUN

Laporan Akhir Kegiatan Penyusunan *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun ini disusun oleh tim peneliti Swasaba Research Initiative sebagai berikut.

1. Boyke Rudy Purnomo, S.E., M.M., Ph.D., CFP®
2. R. Muhammad Fajri, S.E., M.B.A.
3. Mursal Salam, M.Eng., Ph.D.
4. Mahardika Agung Madepo, S.I.Kom., M.B.A.
5. Umar Abdul Haq Sayyaf, S.E.
6. Muhammad Bahauddin, S.E.
7. Larasati, S.I.P.

KATA PENGANTAR

Pengembangan Ekonomi Kreatif menjadi salah satu upaya strategis yang harus dilakukan Pemerintah Daerah sesuai amanat Undang-undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Laporan ini disusun sebagai Laporan Akhir dari pelaksanaan kegiatan yang berjudul “Penyusunan *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun”. Kegiatan ini terlaksana sebagai hasil kerjasama antara Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bapelitbangda) Kota Madiun dengan Swasaba Research Initiative.

Laporan ini terdiri atas enam bagian. Pertama, pendahuluan—menguraikan latar belakang, tujuan, dasar hukum, keluaran/output kegiatan, tahapan kegiatan, dan sistematika laporan. Kedua, profil ekonomi kreatif Kota Madiun meliputi profil Kota Madiun, perekonomian Kota Madiun, persoalan ekonomi kreatif Kota Madiun, dan sektor potensial ekonomi kreatif Kota Madiun. Ketiga, konsepsi ekonomi kreatif dan ekosistem ekonomi kreatif. Keempat, arah pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun, meliputi visi dan misi Kota Madiun, rantai nilai produk kreatif Kota Madiun, dan ekosistem ekonomi kreatif Kota Madiun. Kelima, matriks program kerja pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun. Keenam, penutup berupa kesimpulan dan rekomendasi.

Demikian Laporan Akhir kegiatan “Penyusunan *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun” ini kami susun. Selanjutnya, kami mengucapkan terima kasih kepada Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bapelitbangda) Kota Madiun atas kepercayaan dan kesempatan yang telah diberikan. Harapan kami, agar kegiatan ini dapat memberi manfaat dan masukan terhadap kebijakan yang akan ditempuh oleh Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bapelitbangda) Kota Madiun maupun Pemerintah Kota Madiun secara umum terkait pengembangan ekonomi kreatif di Kota Madiun.

Yogyakarta, 16 Desember 2022

ttd.

Tim Peneliti

Swasaba Research Initiative

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN COVER..... | i |
| TIM PENYUSUN..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR PERAGA..... | v |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Tujuan..... | 3 |
| C. Dasar Hukum..... | 4 |
| D. Keluaran/Output Kegiatan..... | 4 |
| E. Tahapan Kegiatan..... | 4 |
| F. Sistematika Laporan..... | 5 |
| BAB II PROFIL EKONOMI KREATIF KOTA MADIUN..... | 6 |
| A. Profil Kota Madiun..... | 6 |
| B. Perekonomian Kota Madiun..... | 7 |
| C. Persoalan Ekonomi Kreatif Kota Madiun..... | 8 |
| D. Sektor Potensial Ekonomi Kreatif Kota Madiun..... | 10 |
| 1. Seni Kriya..... | 10 |
| 2. Fesyen..... | 11 |
| 3. Kuliner..... | 13 |
| BAB III KONSEPSI EKONOMI KREATIF DAN EKOSISTEM KREATIF..... | 15 |
| A. Konsepsi Ekonomi Kreatif..... | 15 |
| B. Ekosistem Ekonomi Kreatif..... | 19 |
| BAB IV ARAH PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA MADIUN..... | 24 |
| A. Visi dan Misi Kota Madiun..... | 24 |
| B. Rantai Nilai Produk Kreatif Kota Madiun..... | 27 |
| C. Ekosistem Ekonomi Kreatif Kota Madiun..... | 29 |
| 1. Seni Kriya..... | 30 |
| 2. Fesyen..... | 33 |
| 3. Kuliner..... | 37 |
| BAB V MATRIKS PROGRAM KERJA PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA MADIUN..... | 39 |
| A. Seni Kriya..... | 39 |
| B. Fesyen..... | 44 |
| C. Kuliner..... | 49 |
| BAB VI PENUTUP..... | 52 |
| A. Kesimpulan..... | 52 |
| B. Rekomendasi..... | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 55 |

DAFTAR PERAGA

| | |
|--|----|
| Peraga 1 Indikator Sosial Kependudukan Kota Madiun 2019-2021 | 6 |
| Peraga 2 PDRB Kota Madiun Atas Harga Dasar Berlaku Menurut Lapangan Usaha 2019-2021 | 7 |
| Peraga 3 Tas Goni Bordir Huruf Jawa..... | 11 |
| Peraga 4 Kaos Madiun Signature Series..... | 12 |
| Peraga 5 Kain Batik Motif Pecelan..... | 12 |
| Peraga 6 Warung Pecel Pojok Kota Madiun | 13 |
| Peraga 7 Bluder Cokro Kota Madiun..... | 14 |
| Peraga 8 Target dan Realisasi Sasaran Strategis Bekraf Tahun 2019..... | 23 |
| Peraga 9 Program Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun..... | 26 |
| Peraga 10 Rantai Nilai Produk Kreatif Kota Madiun | 27 |
| Peraga 11 Ekosistem Ekonomi Kreatif Kota Madiun..... | 30 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang dikembangkan berlandaskan pada kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan untuk menciptakan suatu kebaruan. Berdasarkan Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, ekonomi kreatif adalah aktivitas perekonomian yang menggunakan ide, gagasan, kreativitas dan inovasi manusia sebagai sumberdaya utamanya. Ide tersebut berasal dari proses kreatif yang muncul baik dari pemanfaatan ilmu pengetahuan maupun kreatifitas yang berdasar pada aspek estetika. Ide dan gagasan tersebutlah yang nantinya akan memberikan nilai tambah baik secara ekonomi maupun pada aspek sosial, budaya, dan lingkungan. Ekonomi kreatif mendasar kepada tiga elemen, yaitu kreativitas, inovasi, dan penemuan.

Sebagai bentuk respon atas kemunculan dan pentingnya peran sektor kreatif pada perekonomian global, pemerintah kemudian menyusun regulasi yang mengatur usaha kreatif yang tertuang pada Undang-undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Di dalam regulasi tersebut memberikan arahan tentang konsepsi ekonomi kreatif yang berlaku di Indonesia beserta elemen di dalamnya, seperti ekosistem, pembiayaan, pengembangan pendidikan, pemasaran, hingga perlindungan hak kekayaan intelektual. Selanjutnya, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mengidentifikasi setidaknya terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif yang ada di Indonesia, yaitu pengembang permainan, kriya, desain interior, music, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, film, animasi, dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, dan aplikasi.

Ekonomi kreatif tidak hanya memiliki dampak ekonomi secara langsung melalui kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat namun juga berdampak pada penguatan identitas lokal dan keeratan kehidupan bermasyarakat. (Purnomo, 2018). Selain itu, ekonomi kreatif juga berperan dalam melakukan pelestarian seni budaya daerah. Muncul dan berkembangnya ekonomi kreatif bersumber dari adanya proses kreatif yang dapat terjadi secara intuitif (berasal dari pendalaman/pengalaman, misalnya seni rupa dan musik) ataupun melalui

proses yang rasional rasional (berdasarkan pembelajaran dan perhitungan, misalnya kuliner dan desain interior). Lebih dari itu, kesuksesan pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan talenta kreatif, namun juga perlu didukung oleh ekosistem kreatif yang berbasis pada kompetensi lokal.

Ekosistem Ekonomi Kreatif merupakan keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai (*value chain*) ekonomi kreatif yaitu proses kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi; yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum. Keberadaan ekosistem ekonomi kreatif yang kuat dan kondusif menjadikan pengembangan ekonomi kreatif memiliki dampak multidimensi yang luas. Hal ini terjadi karena efek eksternalitas dari perkembangan industri-industri yang saling memiliki keterkaitan dan menimbulkan peningkatan permintaan, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas.

Dalam konteks yang lebih mikro, aktivitas ekonomi kreatif dicirikan sebagai adanya proses kreasi yang bersumber pada kreativitas dan perilaku artistik, yang dilakukan melalui kolaborasi dalam proses kreasi, produksi dan distribusi. Produk kreatif dapat memiliki unsur manfaat fungsional (*utilitarian*) maupun manfaat simbolik, serta sangat terkait dengan konteks lokalitas (Purnomo & Kristiansen, 2018). Karakteristik tersebut membuat cakupan ekonomi kreatif sangat luas dan dapat mencakup berbagai segmen industri.

Undang-undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif memandatkan peran Pemerintah/Pemerintah Daerah dalam pengembangan ekonomi kreatif meliputi aspek-aspek sebagai berikut.

1. Membuat rencana pengembangan ekonomi kreatif.
 - Mendorong seluruh aspek ekonomi kreatif, mengoptimalkan potensi pelaku ekonomi kreatif, melindungi kreativitas pelaku ekonomi kreatif, menciptakan kesempatan kerja, dan meningkatkan pendapatan negara berbasis ekonomi kreatif.
2. Pengembangan kapasitas pelaku ekonomi kreatif.
 - Pelatihan, bimbingan teknis, dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan teknis dan manajerial.

- Dukungan fasilitasi untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia usaha.
 - Standarisasi usaha dan sertifikasi profesi bidang ekonomi kreatif.
3. Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif.
- Pengembangan riset dan pendidikan, fasilitasi pendanaan dan pembiayaan, penyediaan infrastruktur, pengembangan sistem pemasaran, pemberian insentif, fasilitasi HKI, dan perlindungan hasil kreativitas .

Kota Madiun telah mendapat perhatian untuk menjadi sebuah Kota Kreatif. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melihat Kota Madiun berpotensi menjadi kota kreatif yang dikemas dalam konsep “Kota Pendekar” atau “*Warrior City*”. Irianti, et al. (2019) mengungkapkan bahwa produk unggulan industri kreatif Kota Madiun antara lain adalah kerajinan (*craft*), pakaian (*fashion*), dan kuliner (*food*). Penelitian tersebut juga menegaskan bahwa pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif dapat diwujudkan melalui ketersediaan *something to see, something to do, dan something to buy*.

Urgensi pengembangan ekonomi kreatif di Kota Madiun semakin meningkat apabila mengingat ketidaktersediaan sumber daya alam yang semakin terbatas, sehingga sumber daya manusia dan kekuatan ekonomi kreatif diharapkan mampu menjadi penggerak perekonomian Kota Madiun. Kajian ini akan berpijak pada tiga landasan utama, yaitu tujuan ekonomi kreatif nasional, ketersediaan sumber daya daerah, serta potensi ekonomi kreatif daerah. Kehadiran Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun diharapkan menjadi panduan bagi Pemerintah Kota Madiun dalam mengambil kebijakan di masa mendatang dalam hal merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, dan menindaklanjuti program-program pengembangan ekonomi kreatif di Kota Madiun.

B. Tujuan

Tujuan dari penyusunan Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun ini adalah untuk menganalisis kondisi eksisting dan potensi ekonomi kreatif di Kota Madiun sehingga dapat menentukan sub-sektor unggulan ekonomi kreatif. Kemudian, peta jalan pengembangan ekonomi kreatif tersebut akan menjadi landasan dalam melakukan perencanaan, melaksanakan, mengevaluasi, dan menindaklanjuti program-program pengembangan potensi ekonomi kreatif di Kota Madiun.

C. Dasar Hukum

Berikut beberapa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun.

1. Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
2. Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.
3. Peraturan Daerah Kota Madiun No. 17 Tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Madiun Tahun 2019-2024 sebagaimana diubah dengan Peraturan Daerah Kota Madiun No. 4 Tahun 2021.
4. Peraturan Daerah Kota Madiun No. 6 Tahun 2021 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Madiun 2020-2035.
5. Peraturan Walikota Madiun No. 80 Tahun 2020 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Rincian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah.

D. Keluaran/Output Kegiatan

Output kegiatan ini adalah laporan akhir *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun.

E. Tahapan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan penyusunan *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun adalah sebagai berikut.

1. Melaksanakan rapat dan koordinasi Tim.
2. Menyiapkan bahan dan materi terkait dengan *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun, hasil-hasil studi terkait pengembangan ekonomi kreatif, profil perekonomian, dan data pendukung lainnya baik dalam skala lokal, regional, dan nasional.
3. Melaksanakan diskusi fokus terbatas (FGD) yang membahas pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun dengan para pemangku kepentingan.
4. Menyusun Dokumen Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun.

5. Mempresentasikan hasil akhir dari *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun ke Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah (Bapelitbangda) Kota Madiun serta instansi terkait.

F. Sistematika Laporan

Sistematika laporan akhir *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun adalah sebagai berikut.

1. BAB I Pendahuluan
2. BAB II Profil Ekonomi Kreatif Kota Madiun
3. BAB III Konsepsi Ekonomi Kreatif dan Ekosistem Kreatif
4. BAB IV Arah Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun
5. BAB V Matriks Program Kerja Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun
6. BAB VI Penutup

BAB II PROFIL EKONOMI KREATIF KOTA MADIUN

A. Profil Kota Madiun

Secara astronomis, Kota Madiun terletak antara 7°-8° Lintang Selatan dan antara 111° – 112° Bujur Timur. Berdasarkan posisi geografisnya, Kota Madiun dikelilingi oleh wilayah Kabupaten Madiun dengan batas sebelah utara Kecamatan Madiun; sebelah selatan Kecamatan Geger; sebelah barat Kecamatan Jiwan; dan sebelah timur Kecamatan Wungu. Kabupaten Madiun juga sedikit berbatasan dengan wilayah Kabupaten Magetan di sisi sebelah barat.

Kota Madiun memiliki tiga kecamatan, yaitu Kecamatan Mangu Harjo, Kecamatan Taman, dan Kecamatan Kartoharjo. Dari tiga kecamatan di Kota Madiun, Kecamatan Taman adalah kecamatan dengan wilayah terluas, mencakup sekitar 38% dari seluruh wilayah Kota Madiun. Terluas kedua adalah Kecamatan Kartoharjo (32%) dan terakhir Kecamatan Mangu Harjo (30%).

Dilihat dari berbagai aspek sosial kependudukan, jumlah penduduk Kota Madiun pada tahun 2021 diperkirakan berjumlah 196.917 jiwa, meningkat 0,89% dari data Sensus 2020 yang berjumlah 195.175 jiwa. Indeks Pembangunan Manusia Kota Madiun juga mengalami peningkatan dalam kurun waktu 2019-2021. Sementara itu, tingkat pengangguran terbuka tercatat mengalami lonjakan dari 3,96% pada tahun 2019 menjadi 8,32% pada tahun 2020.

Peraga 1 Indikator Sosial Kependudukan Kota Madiun 2019-2021

| Rincian | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|---------|---------|---------|
| Penduduk (jiwa) | 177.007 | 195.175 | 196.917 |
| Angka harapan hidup (tahun) | 72,75 | 72,81 | 72,83 |
| Angka melek huruf usia 15 (%) | 97,99 | 97,93 | 98,96 |
| Tingkat partisipasi angkatan kerja (%) | 66,86 | 68,63 | 66,87 |
| Tingkat pengangguran terbuka (%) | 3,96 | 8,32 | 8,15 |
| Penduduk miskin (jiwa) | 7,69 | 7,69 | 9,06 |
| Persentase penduduk miskin (%) | 4,35 | 4,98 | 5,07 |
| Indeks pembangunan manusia | 80,88 | 80,91 | 81,25 |

Sumber: BPS Kota Madiun, 2022

B. Perekonomian Kota Madiun

Struktur ekonomi suatu daerah dapat dilihat melalui aktivitas ekonomi yang dominan dalam periode tertentu. Struktur ekonomi tersebut dijabarkan dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang dapat dibagi ke dalam beberapa kelompok lapangan usaha atau kelompok pengeluaran.

Pada tahun 2021, PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) Menurut Lapangan Usaha Kota Madiun mencapai angka Rp14.699.829,08 juta, meningkat 6,76% dibandingkan tahun 2020 yang tercatat sebesar Rp13.769.291,38 juta. Sektor dengan kontribusi terhadap PDRB ADHB terbesar adalah: sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar Rp3.712.408,70 juta; sektor Informasi dan komunikasi sebesar Rp2.296.071,80 juta; dan sektor industri pengolahan sebesar Rp2.249.652,61 juta.

Peraga 2 PDRB Kota Madiun Atas Harga Dasar Berlaku Menurut Lapangan Usaha 2019-2021

| Lapangan Usaha | PDRB Seri 2010 Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah) | | |
|--|--|------------|------------|
| | 2019 | 2020 | 2021 |
| Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan | 106.813 | 120.587 | 108.695 |
| Pertambangan dan Penggalan | 3.049 | 2.951 | 2.906 |
| Industri Pengolahan | 2.290.021 | 2.030.279 | 2.249.652 |
| Pengadaan Listrik dan Gas | 11.222 | 11.481 | 11.716 |
| Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang | 29.039 | 30.399 | 32.648 |
| Konstruksi | 834.712 | 798.952 | 805.733 |
| Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor | 3.657.664 | 3.311.323 | 3.712.408 |
| Transportasi dan Pergudangan | 498.887 | 477.527 | 516.722 |
| Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum | 705.629 | 661.549 | 716.395 |
| Informasi dan Komunikasi | 1.851.667 | 2.172.157 | 2.296.071 |
| Jasa Keuangan dan Asuransi | 1.432.481 | 1.423.022 | 1.462.617 |
| Real Estat | 374.195 | 381.914 | 388.094 |
| Jasa Perusahaan | 98.169 | 97.712 | 100.683 |
| Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib | 438.156 | 452.659 | 447.707 |
| Jasa Pendidikan | 106.7457 | 1.109.267 | 1.113.535 |
| Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial | 189.687 | 212.565 | 227.260 |
| Jasa lainnya | 518.484 | 474.938 | 506.978 |
| Produk Domestik Regional Bruto | 14.107.339 | 13.769.291 | 14.699.829 |
| PDRB Tanpa Migas | 14.107.340 | 13.769.291 | 14.699.829 |

Sumber: BPS Kota Madiun, 2022

Badan Pusat Statistik telah memetakan sektor atau lapangan usaha di atas dalam empat kuadran berdasarkan Tipologi Klassen. Tipologi Klassen mengkategorikan sektor/lapangan usaha menurut kontribusi (distribusi PDRB) dan laju pertumbuhan sektoral PDRB. Kuadran tersebut dimulai dari sektor unggulan/prima sampai sektor yang tertinggal. Sektor-sektor tersebut adalah sebagai berikut.

1. Sektor Unggulan: 1) Transportasi dan Pergudangan; 2) Informasi dan Komunikasi; 3) Jasa Keuangan dan Asuransi; 4) Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial; dan 5) Jasa lainnya.
2. Sektor Potensial yang Sedang Berkembang: 1) Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; 2) Pengadaan Listrik dan Gas; 3) Penyediaan Akomodasi dan Makanan dan Minum; dan 4) Jasa perusahaan.
3. Sektor Potensial yang Sedang Tertekan: 1) Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang; 2) Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor; 3) Sektor *real estate*; dan 4) Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib; dan 5) Jasa Pendidikan.
4. Sektor yang tertinggal: 1) Sektor pertambangan dan penggalan; 2) Industri pengolahan; 3) konstruksi.

C. Persoalan Ekonomi Kreatif Kota Madiun

Berdasarkan Renstra Pembangunan Ekonomi Kreatif Kota Madiun Tahun 2016, Kota Madiun telah memiliki enam sub-sektor Ekonomi Kreatif yang potensial untuk dikembangkan, yaitu: Periklanan, Arsitektur, Seni Kriya, Fesyen, Penerbitan dan Percetakan, serta Kuliner. Apabila diselaraskan dengan sektor lapangan usaha PDRB, maka sub-sektor ekonomi kreatif tersebut dapat dipetakan sebagai berikut.

1. Sub-sektor periklanan termasuk lapangan usaha informasi dan komunikasi (sektor unggulan);
2. Sub-sektor arsitektur termasuk lapangan usaha konstruksi (sektor yang tertinggal);
3. Sub-sektor penerbitan dan percetakan termasuk industri pengolahan (sektor yang tertinggal);
4. Sub-sektor seni kriya termasuk industri pengolahan (sektor yang tertinggal);

5. Sub-sektor fesyen termasuk lapangan usaha industri pengolahan (sektor yang tertinggal);
6. Sub sektor kuliner dapat termasuk lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum (sektor potensial yang sedang berkembang) maupun pengolahan (sektor yang tertinggal);

Sub-sektor batik tercatat memiliki sekitar 40 pengrajin batik dengan berbagai skala usaha, namun beberapa diantaranya belum beroperasi kembali pasca pandemi COVID-19. Industri batik menghadapi tantangan, terutama antara batik produksi massal (batik *printing*) dengan batik tulis yang tidak dapat diproduksi secara masif. Sub-sektor kriya cukup menggeliat di masyarakat, seperti produksi pernak-pernik dari karung goni, produksi wayang, dan produksi sabun. Akan tetapi, tantangan akses pasar dan dukungan regulasi menjadi salah satu persoalan yang dihadapi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif di Kota Madiun mengalami tantangan yang perlu diselesaikan agar dapat menjadi sektor yang dampaknya secara masif oleh masyarakat secara luas. Selain permasalahan di atas, juga terdapat persoalan terkait masih perlu ditingkatkannya prasarana ruang kreatif sebagai ruang ekspresi dan promosi bagi masyarakat kreatif Kota Madiun, serta masih terbatasnya kapasitas sumber daya manusia ekonomi kreatif. Untuk itu, diperlukan strategi yang komperensif untuk mengatasi permasalahan tersebut

Perkembangan ekonomi kreatif sangat erat kaitannya dengan kepariwisataan. Irianti, et al. (2019) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif dapat diwujudkan melalui ketersediaan *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. Pemerintah Kota Madiun memiliki kebijakan yang komprehensif dalam pengembangan kepariwisataan melalui Peraturan Daerah Kota Madiun No. 6 Tahun 2021 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Madiun 2020-2035 yang juga dapat berperan sebagai pendukung dalam menjalankan program-program kerja yang tercantum dalam *Roadmap Pengembangan Ekonomi Kreatif* ini.

D. Sektor Potensial Ekonomi Kreatif Kota Madiun

Setiap daerah memiliki ciri khas tersendiri yang berakar pada budaya yang dimiliki oleh daerah tersebut. Budaya tersebut pada akhirnya menentukan bagaimana ekonomi kreatif di suatu daerah. Budaya mempengaruhi banyak aspek di dalam kehidupan masyarakat termasuk pula potensi dari ekonomi kreatif. Pengaruh budaya juga ikut andil dalam perkembangan ekonomi kreatif di Kota Madiun. Kota Madiun tidak hanya terkenal dengan kuliner dan produk pecelnya tetapi juga berbagai sektor ekonomi kreatif lain, seperti kerajinan, fesyen, dan juga pariwisata.

Dalam rangka mencapai tujuan utama pengembangan ekonomi kreatif, yaitu “*terwujudnya pembangunan ekonomi inklusif*”, maka Pemerintah Kota Madiun dapat mengambil langkah dengan memfokuskan pengembangan sektor potensial. Berdasarkan potensinya, pengembangan ekonomi kreatif dapat difokuskan pada beberapa sektor, yaitu sektor seni kriya, kuliner, dan fesyen.

1. Seni Kriya

Seni kriya merupakan suatu kegiatan mengerjakan sesuatu untuk bisa menghasilkan benda ataupun objek yang memiliki nilai seni. Oleh karena itu, seni kriya dapat mencakup berbagai macam jenis kerajinan. Beberapa kerajinan yang termasuk ke dalam seni kriya, yaitu kerajinan kayu, kerajinan keramik, kerajinan logam, kerajinan tekstil, kerajinan kulit, kerajinan batu, dan kerajinan bahan khas, seperti pecahan kaca, kain perca, dan media lainnya. Setiap daerah memiliki ciri khasnya dalam mengembangkan seni kriya, tidak terkecuali Kota Madiun.

Kota Madiun memiliki ciri khas seni kriya yang berpotensi tinggi untuk dikembangkan. Salah satu kerajinan potensial yang dimiliki oleh Kota Madiun adalah kerajinan berbahan baku kaca. Kerajinan berbahan baku kaca tidak hanya dibuat sebagai komoditas saja tetapi juga dibuat sebagai karya seni rupa. Selain itu, kerajinan berbahan baku kayu dan kulit juga memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan. Berbagai alternatif bentuk kerajinan dan permintaan yang cukup tinggi menjadi alasan utama seni kriya menjadi sektor prioritas dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kota Madiun.

Peraga 4 Kaos Madiun Signature Series



Kain tradisional juga menjadi komoditas yang dapat dikembangkan oleh Pemerintah Kota Madiun. Kain tradisional yang dikembangkan di Kota Madiun berupa kain batik dan kain tapis. Kota Madiun memiliki beberapa motif khas kain batik, yaitu motif pecelan dan motif parang bulat kotak. Motif pecelan telah diinterpretasikan ke dalam berbagai macam jenis motif yang menarik dan unik. Selain itu, bahan yang digunakan untuk pembuatan batik juga bermacam ragam, seperti kain ecoprint dan kain sutra. Teknik pembuatan kain batik yang digunakan oleh pengrajin di Kota Madiun adalah batik tulis dan batik cap. Meski memiliki kain batik yang potensial, produk olahan dari kain batik tersebut masih belum banyak dikembangkan sehingga Sebagian besar komoditas yang dijual hanya berupa kain saja.

Peraga 5 Kain Batik Motif Pecelan



3. Kuliner

Kuliner sering dianggap menjadi identitas suatu daerah. Beberapa daerah memiliki kuliner khas, seperti Yogyakarta dengan gudeg, Bandung dengan batagor, dan Sumatra Barat dengan rendang. Kota Madiun menjadi rumah bagi Pecel Madiun sehingga Kota Madiun dikenal pula sebagai Kota Pecel. Warung pecel tersebar di penjuru Kota Madiun yang dapat dinikmati tidak hanya oleh warga lokal tetapi juga wisatawan yang datang. Sentra Pecel Madiun berada di Jalan Cokroaminoto, di mulai dari perempatan lampu lalu lintas Jalan Sawo hingga Jalan Musi. Daya tarik Pecel Madiun tidak hanya sebagai kuliner saja tetapi juga magnet pariwisata Kota Madiun. Pengembangan sentra dan produk olahan Pecel Madiun perlu ditingkat untuk memperluas cakupan pasar dari komoditas tersebut. Produk setengah jadi seperti bumbu pecel dapat terus dikembangkan terutama dijual ke pasar yang lebih luas di luar regional Madiun.

Peraga 6 Warung Pecel Pojok Kota Madiun



Selain pecel, Kota Madiun juga identik dengan kuliner roti bluder. Roti bluder menjadi salah satu ikon kuliner Kota Madiun sejak dikembangkan oleh Bluder Cokro pada tahun 1989. Sejak saat itu, bluder menjadi salah satu kuliner yang wajib dicoba ketika berkunjung ke Kota Madiun. Sejak menjadi salah satu kuliner dan oleh-oleh khas Kota Madiun, produsen bluder pun meningkat dan tersebar di penjuru Kota Madiun.

Peraga 7 Bluder Cokro Kota Madiun



Meski saat ini hanya Pecel Madiun dan Bluder yang menjadi ikon Kota Madiun, potensi kuliner yang dimiliki Kota Madiun cukup beragam. Namun, pengembangan infrastruktur dan juga pasar potensial perlu dilakukan. Salah satu upaya adalah dengan melakukan pendataan terkait kuliner potensial sehingga Kota Madiun dapat dikembangkan menjadi pusat gastronomi di Jawa Timur.

BAB III

KONSEPSI EKONOMI KREATIF DAN EKOSISTEM KREATIF

A. Konsepsi Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif menjadi konsep baru di dalam dunia perekonomian. Penggunaan istilah kreatif sudah mulai diperbincangkan pada medio 1990-an dan mulai berkembang pada awal abad ke 21 ketika istilah ekonomi kreatif mulai banyak digunakan (Purnomo, 2020). Beberapa ide tentang ekonomi berkembang melalui industri yang mengandalkan ekonomi berbasis budaya. Selain itu, manusia sebagai individu memegang peranan penting melalui kapasitasnya dalam bermimpi, bergerak, menjawab tantangan, berpikir, dan membentuk sesuatu. Kreativitas berdasar pada keanekaragaman budaya. Semua jenis kreativitas menghasilkan dengungan kegembiraan yang sama, baik oleh seniman, ilmuwan, atau eksekutif bisnis. Perlu dicatat bahwa ekonomi kreatif sangat berbeda dengan sektor ekonomi industri. Khususnya, ekonomi kreatif digenjot melalui ide sebagai modal utama, sedangkan ekonomi industri digerakkan oleh aset berwujud.

Konsep ekonomi kreatif muncul sebagai sarana untuk memusatkan perhatian pada peran kreativitas sebagai kekuatan dalam kehidupan ekonomi kontemporer, yang menyatakan bahwa pembangunan ekonomi dan budaya tidak terpisahkan tetapi dapat menjadi bagian dari proses pembangunan yang lebih besar. Tidak hanya di negara maju, konsep ini saat ini juga bisa diterapkan di negara berkembang. Kebijakan ini merupakan bagian dari kebijakan ekonomi yang menawarkan dan memberikan peluang ekonomi baru di negara-negara tersebut untuk mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi terutama di negara memiliki konsentrasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tinggi.

Ekonomi kreatif pada akhirnya ditopang oleh tiga elemen utama, yaitu kreativitas, inovasi, dan penemuan (Hidayat dan Asmara, 2017). Pada dasarnya kreativitas adalah kemampuan untuk membuat atau sebaliknya mewujudkan sesuatu yang baru, apakah solusi baru untuk suatu masalah, metode atau perangkat baru, atau objek bentuk artistik baru. Sedangkan inovasi didefinisikan menambahkan sesuatu yang baru pada produk atau proses yang sudah ada. Kreativitas adalah titik tolak inovasi atau inovasi adalah penanaman inspirasi kreatif.

Dengan kata lain, kreativitas adalah proses di mana ide-ide baru dihasilkan, sedangkan inovasi adalah proses di mana ide-ide itu diimplementasikan. Kombinasi antara kreativitas dan inovasi pada akhirnya memunculkan penemuan baru. Oleh karenanya, elemen ekonomi kreatif adalah **proses kreatif** yang menghasilkan produk dan layanan yang “**bernilai**”.

Konsep kreativitas dan inovasi tersebar luas di banyak negara, kreativitas dan inovasi diadopsi dan disesuaikan dengan program ekonomi yang diprakarsai oleh pemerintah pusat dan daerah di seluruh dunia. Oleh karena itu adopsi dari konsep kreativitas dan inovasi akan berbeda di setiap regional tergantung dari arah pengembangan regional tersebut. Doloreux dan Parto (2004) menegaskan bahwa pembangunan daerah terjadi karena daya saing terjadi di tempat-tempat di mana kemampuan lokal seperti dukungan kelembagaan, struktur yang dibangun, pengetahuan, dan keterampilan ada. Seluruh negara yang tergabung dalam Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD) telah memfokuskan pembangunan regional pada pertumbuhan yang didorong oleh inovasi. Dengan pergeseran ini, kebijakan pembangunan daerah telah memasukkan portofolio kebijakan yang lebih terintegrasi untuk mempromosikan saling melengkapi kebijakan di tempat tertentu (pendekatan berbasis tempat) dan untuk memanfaatkan aset daerah. Tempat masalah inovasi, karena daerah dan kota bersaing untuk menjadi hub dalam jaringan global. Salah satu model pertumbuhan berbasis inovasi adalah kota kreatif. Secara konseptual, kreativitas atau kota kreatif dekat dengan konsep kedekatan atau geografi yang keduanya merupakan bahan pembahasan dalam kajian perencanaan wilayah.

Dalam perkembangannya, ekonomi kreatif dikembangkan bersamaan dengan *regional innovation system* (RIS) atau sistem inovasi regional. RIS menjadi mekanisme yang tepat untuk mempromosikan inovasi di tingkat regional ketika mereka berhasil mengidentifikasi keunggulan kompetitif spesifik wilayah tersebut, serta hambatan sistem inovasi, dan jika strateginya terperinci dan cukup kuat untuk mengatasi peluang dan tantangan yang ada. Aplikasi dari RIS di setiap negara akan berbeda karena disesuaikan dengan karakteristik negara tersebut.

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia mendapatkan momentumnya dengan diundangkannya Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Tujuan dari disahkannya Undang-Undang No. 24 Tahun 2019, yaitu:

- a. Mendorong seluruh aspek ekonomi kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat Indonesia, dan perubahan lingkungan perekonomian global;
- b. Menyejahterakan rakyat Indonesia dan meningkatkan pendapatan negara;
- c. Menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berdaya saing global;
- d. Menciptakan kesempatan kerja baru yang berpihak pada nilai seni dan budaya bangsa Indonesia serta sumber daya ekonomi lokal;
- e. Mengoptimalkan potensi pelaku ekonomi kreatif;
- f. Melindungi hasil kreativitas pelaku ekonomi kreatif; dan
- g. Mengarusutamakan ekonomi kreatif dalam Rencana Pembangunan Nasional.

Undang-Undang tersebut menjelaskan tentang ekonomi kreatif beserta elemen di dalamnya, seperti ekosistem yang dikembangkan melalui riset, pendidikan, pendanaan, penyediaan infrastruktur, sistem pemasaran, pemberian insentif, perlindungan hak atas kekayaan intelektual, dan perlindungan atas kreativitas. Undang-undang No. 24 Tahun 2019 juga memuat pasal tentang Rencana Induk Ekonomi Kreatif yang kemudian dijadikan pedoman bagi pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Rencana Induk Ekonomi Kreatif tersebut kemudian diintegrasikan ke dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menjadi lembaga pemerintah yang menaungi ekonomi kreatif di Indonesia. Kemenparekraf mengidentifikasi setidaknya terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif yang ada di Indonesia, yaitu:

1. Pengembang permainan adalah sub sektor kekinian yang didorong masuk ke dalam dunia pendidikan, serta diperkuat dengan kebijakan proteksi untuk membangun ekosistem yang sehat dan berkontribusi dalam ekonomi kreatif.
2. Kriya merupakan salah satu sub sektor yang menjadi ciri khas Bangsa Indonesia dan sangat dekat dengan industri pariwisata dan ekonomi kreatif.

3. Desain interior, dalam dua dekade terakhir perkembangan sub sektor ini menunjukkan kemajuan yang sangat pesat yang ditandai meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap jasa desainer interior.
4. Musik merupakan industri cukup menjanjikan dalam dunia showbiz. Besarnya minat dan antusiasme para musisi muda untuk terjun ke dalam bidang ini menunjukkan bahwa musik punya potensi menjadi industri yang lebih besar.
5. Seni rupa, Indonesia memiliki potensi seni rupa terbesar di Asia Tenggara baik secara kualitas, kuantitas, pelaku kreatif, produktivitas, serta potensi pasar.
6. Desain produk merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat.
7. Fesyen, sub sektor industri kreatif ini berjalan sangat dinamis karena tren fesyen bermunculan setiap tahun yang diiringi peningkatan daya saing signifikan di tingkat global.
8. Kuliner, sub sektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.
9. Film, animasi, dan video, sub sektor ini memiliki potensi menjadi lebih besar dengan peraturan hak karya intelektual, investasi dan permodalan, serta akses penonton yang lebih luas.
10. Fotografi, perkembangan sub sektor ini didukung oleh meningkatnya minat anak muda terhadap fotografi, seiring perkembangan media sosial dan peralatan yang makin terjangkau.
11. Desain komunikasi visual, desain grafis berperan mendukung pertumbuhan bisnis hingga bahkan kelancaran program-program Pemerintah, yang dibarengi pertumbuhan praktisi lokal kompeten.
12. Televisi dan radio, di tengah arus informasi digital yang masif, peranan kedua industri ini cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan dalam penyerapan tenaga kerja.
13. Arsitektur, sub sektor ekonomi kreatif yang memiliki peranan yang penting dalam menampilkan karakter budaya bangsa, serta berperan dalam pembangunan sebuah kota.

14. Periklanan, sampai saat ini, iklan masih menjadi medium paling efisien untuk memublikasikan produk dan jasa dengan pertumbuhan mencapai 5-7 persen per tahun.
15. Seni pertunjukan, Indonesia memiliki kekayaan dan keanekaragaman seni dan tradisi pertunjukan, seperti wayang, teater, tari, dan lain sebagainya yang telah diakui dan mendapatkan apresiasi dunia internasional.
16. Penerbitan, sub sektor Penerbitan berperan dalam membangun kekuatan intelektual bangsa dan terus berupaya untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman.
17. Aplikasi, seiring dengan semakin meningkatnya penetrasi smartphone, industri pengembangan aplikasi semakin meningkat dan menjadi sub sektor yang berpotensi besar ke depannya.

Sub sektor ekonomi kreatif tersebut menjadi acuan bagi pemerintah daerah dalam menentukan sektor prioritas dalam pengembangan ekonomi kreatif. Masing-masing daerah memiliki karakteristik dan pendekatan yang berbeda dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, ekosistem ekonomi kreatif di setiap daerah juga akan berbeda sehingga dibutuhkan rencana pengembangan ekonomi kreatif yang sesuai dengan ekosistem yang ada.

B. Ekosistem Ekonomi Kreatif

Iklim ekonomi kreatif di suatu negara ditentukan oleh keberadaan ekosistem yang mendukung. Pembentukan ekosistem yang kondusif menjadi prioritas utama untuk menjaga perkembangan ekonomi kreatif di suatu negara. Ekosistem ekonomi kreatif dibentuk dengan berbagai cara, seperti pengembangan riset, pengembangan pendidikan, fasilitas pendanaan dan pembiayaan, penyediaan infrastruktur, pengembangan sistem pemasaran, pemberian insentif, fasilitas kekayaan intelektual, dan perlindungan kreativitas.

Ekosistem ekonomi kreatif didefinisikan sebagai keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai ekonomi kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi. Keterhubungan sistem tersebut dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk memberikan

nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum.

Proses kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi merupakan tulang punggung ekosistem ekonomi kreatif. Oleh karena itu, pengoptimalan setiap bagian proses tersebut menjadi agenda utama dalam menjaga ekosistem ekonomi kreatif tetap berkembang. Upaya tersebut harus dilakukan oleh berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah pusat, pemerintah daerah, pelaku ekonomi kreatif, hingga konsumen.

Ekosistem ekonomi kreatif yang baik tidak hanya memberikan dampak berupa kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat tetapi juga pada penguatan identitas lokal dan keeratan kehidupan bermasyarakat serta pelestarian seni budaya daerah. Dalam penerapannya ekosistem disesuaikan dengan budaya yang ada di masyarakat sehingga ekonomi kreatif dapat berkembang sesuai dengan jati diri masyarakat.

Pemerintah terutama pemerintah daerah memegang peranan penting dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif. Pemerintah pusat berperan dalam menetapkan kebijakan yang dapat mendukung perkembangan ekonomi kreatif di seluruh Indonesia, seperti Rencana Induk Ekonomi Kreatif. Lalu, pemerintah daerah menginterpretasikan kebijakan tersebut ke dalam perencanaan kebijakannya sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh daerah tersebut.

Salah satu langkah yang dapat diambil oleh pemerintah adalah dengan mengembangkan peta jalan pengembangan ekonomi kreatif berdasarkan Rencana Induk Ekonomi Kreatif. Peta jalan tersebut dapat memuat berbagai macam strategi yang kemudian diterapkan untuk membentuk ekosistem ekonomi kreatif yang baik di daerah. Strategi atau tindakan yang dapat diambil, seperti:

- a. Pengembangan riset dengan bekerja sama dengan institusi pendidikan di daerah;
- b. Pengembangan pendidikan intrakurikuler, kokurikuler, atau ekstrakurikuler dalam jalur pendidikan formal dan nonformal;
- c. Pemberian fasilitas pendanaan dan pembiayaan bagi pelaku ekonomi kreatif potensial di daerah;

- d. Penyediaan infrastruktur fisik dan digital bagi pelaku ekonomi kreatif agar dapat mengakses informasi yang relevan;
- e. Pengembangan sistem pemasaran berbasis kekayaan intelektual;
- f. Memberikan perlindungan karya/produk pelaku ekonomi kreatif melalui fasilitas perlindungan hak atas kekayaan intelektual.

Konsentrasi ekonomi kreatif di Indonesia masih didominasi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah sehingga perkembangannya cenderung lambat di daerah. Strategi tersebut perlu diambil untuk mengatasi keterbatasan dan kendala mulai dari sumber daya manusia, pendanaan, akses informasi hingga sulitnya memasarkan produk. Oleh karena itu, komitmen pemerintah daerah dalam mengembangkan dan memelihara ekosistem ekonomi kreatif diperlukan, seperti dengan membuat peta jalan pengembangan ekonomi kreatif.

Dalam rangka menjaga dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif di Indonesia, Presiden Joko Widodo mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Dalam Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 disebutkan bahwa ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang ekonomi yang perlu didorong, diperkuat, dan dipromosikan sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) bertanggung jawab langsung kepada Presiden dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia.

Badan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif. Bekraf juga menjalankan fungsi:

- a. Perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan di bidang ekonomi kreatif;
- b. Perancangan dan pelaksanaan program di bidang ekonomi kreatif;
- c. Pelaksanaan koordinasi dan sinkronisasi perencanaan dan pelaksanaan kebijakan dan program di bidang ekonomi kreatif;
- d. Pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program di bidang ekonomi kreatif;
- e. Pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan di bidang ekonomi kreatif;

- f. Pelaksanaan komunikasi dan koordinasi dengan Lembaga Negara, Kementerian, Lembaga Pemerintah Non Kementerian, Pemerintah Daerah, dan pihak lain yang terkait; dan
- g. Pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Presiden yang terkait dengan ekonomi kreatif.

Badan Ekonomi Kreatif memiliki beberapa deputi yang menaungi berbagai macam urusan, yaitu:

- a. Sekretariat Utama, yang bertugas memberikan dukungan teknis dan administrasi dalam pelaksanaan tugas dan fungsi Badan Ekonomi Kreatif.
- b. Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan, yang bertugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program riset, edukasi, dan pengembangan ekonomi kreatif.
- c. Deputi Akses Permodalan, yang bertugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program terkait akses permodalan ekonomi kreatif.
- d. Deputi Infrastruktur, yang bertugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif.
- e. Deputi Pemasaran, yang bertugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program pengembangan *branding*,promosi, dan publikasi produk ekonomi kreatif di dalam dan di luar negeri.
- f. Deputi Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual dan Regulasi, yang bertugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program fasilitasi hak kekayaan intelektual dan regulasi di bidang ekonomi kreatif.
- g. Deputi Hubungan Antar Lembaga dan Wilayah, yang bertugas merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan dan program hubungan antar Lembaga dan wilayah.

Sejak tahun 2015 hingga tahun 2019, Bekraf telah berupaya mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Pada tahun 2019, Bekraf menetapkan beberapa target capaian yang akan direalisasikan, yaitu:

- a. Pertumbuhan ekonomi kreatif sebesar 5,3 persen.
- b. Penyerapan tenaga kerja di bidang ekonomi kreatif sebesar 17,2 juta orang.
- c. Nilai ekspor produk ekonomi kreatif 21,5 miliar USD.

Berdasarkan laporan kinerja Bekraf pada tahun 2019, realisasi capaian adalah sebagai berikut.

Peraga 8 Target dan Realisasi Sasaran Strategis Bekraf Tahun 2019

| No. | Sasaran Strategis | Indikator Kinerja Sasaran Strategis | Target | Realisasi | Capaian (%) |
|-----|-----------------------------|-------------------------------------|--------|-----------|-------------|
| 1. | Pertumbuhan Ekonomi Kreatif | Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif (%) | 5,30 | 5,10 | 96,23 |
| 2. | Penyerapan Tenaga Kerja | Serapan Tenaga Kerja (juta orang) | 17,20 | 19,01 | 110,52 |
| 3. | Nilai Ekspor Produk Kreatif | Nilai Ekspor Bruto (miliar USD) | 21,50 | 22,07 | 102,65 |

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif, 2020

Pada tahun 2019, Bekraf berhasil merealisasikan penyerapan tenaga kerja sebesar 19,01 juta orang atau 10,52 target di atas target sebesar 17,2 juta orang. Selain itu, realisasi nilai ekspor produk kreatif mencapai 22,07 miliar USD atau 2,65 persen di atas target sebesar 21,50 miliar USD. Namun, Bekraf belum mampu merealisasikan target capaian pertumbuhan ekonomi kreatif dan hanya mampu merealisasikan pertumbuhan ekonomi kreatif sebesar 5,1 persen atau 4,77 persen di bawah target sebesar 5,3 persen.

Meski capaian pertumbuhan ekonomi kreatif masih belum mencapai target, tetapi kontribusi pertumbuhan di dua sasaran strategis lainnya telah membuktikan ekonomi kreatif di Indonesia memiliki masa depan yang cerah. Berdasarkan capaian tersebut, peran Bekraf diperlukan dalam mengawal perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Pada tahun 2019, Bekraf melebur dan menjadi bagian dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Kemenparekraf tetap menjalankan tugas dan fungsi yang sebelumnya menjadi tanggung jawab Bekraf. Peleburan tersebut diharapkan dapat membuat arah kebijakan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia lebih efektif dan efisien.

BAB IV

ARAH PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA MADIUN

A. Visi dan Misi Kota Madiun

Dalam rangka menyukseskan pembangunan Kota Madiun, Walikota dan Wakil Walikota Kota Madiun menyusun visi pembangunan yang disahkan melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2019-2024. Dengan mempertimbangkan potensi, kondisi, permasalahan, tantangan dan peluang yang ada di Kota Madiun, maka kondisi yang ingin dicapai (*desired future*) pada periode 2019–2024 adalah:

“Terwujudnya Pemerintahan Bersih Berwibawa Menuju Masyarakat Sejahtera”

Makna substantif dari visi di atas dapat diturunkan dari pokok-pokok visi sebagai berikut:

1. **Bersih** mempunyai makna bahwa penyelenggaraan pemerintahan yang terhindar dari praktik KKN, mengedepankan pelayanan prima yang didukung oleh profesionalisme aparatur, transparansi dan akuntabel.
2. **Berwibawa** mempunyai makna bahwa penyelenggaraan pemerintahan ke depan mendengarkan aspirasi masyarakat, mengedepankan keterbukaan informasi publik, dan adanya kepemimpinan publik yang dihormati dalam mendorong peningkatan kinerja.
3. **Sejahtera** mempunyai makna bahwa kondisi masyarakat yang mampu melangsungkan kehidupan individu maupun kelompok secara layak, sehat dan produktif, adanya ketenteraman lahir batin serta tidak diliputi oleh rasa takut.

Memperhatikan perubahan kondisi yang akan dihadapi pada masa yang akan datang dan dalam rangka mewujudkan Visi Kota Madiun 2019-2024, maka misi pembangunan daerah Kota Madiun pada periode 2019-2024 adalah sebagai berikut:

- a. Mewujudkan pemerintahan yang baik (*good governance*);
- b. Mewujudkan pembangunan yang berwawasan lingkungan;
- c. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kota Madiun;
- d. Mewujudkan kemandirian ekonomi dan pemerataan tingkat kesejahteraan masyarakat Kota Madiun.

Visi dan Misi Kota Madiun juga mengandung amanat pengembangan ekonomi kreatif. Amanat tersebut tercantum di dalam poin keempat Misi Kota Madiun, yaitu ***Mewujudkan kemandirian ekonomi dan pemeratakan tingkat kesejahteraan masyarakat Kota Madiun.*** Selanjutnya, di dalam misi tersebut terkandung tujuan dari pengembangan ekonomi kreatif. Tujuan tersebut adalah *Terwujudnya pembangunan ekonomi inklusif* dengan indikator kesuksesan Indeks Pembangunan Ekonomi Kreatif.

RPJMD Kota Madiun Tahun 2019-2024 juga menjabarkan sasaran strategis dan strategi untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif. Sasaran strategis yang akan dicapai, yaitu:

- a. Menurunnya tingkat pengangguran terbuka dengan indikator tingkat pengangguran terbuka;
- b. Meningkatnya pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dengan indikator persentase pertumbuhan PDRB sektor perdagangan dan persentase pertumbuhan PDRB sektor jasa.

Ekonomi kreatif dapat mencakup berbagai sektor pendukung lainnya, seperti infrastruktur, budaya, penanaman modal, dan sektor-sektor lainnya. Oleh karena itu, peran unit kerja di Pemerintahan Kota Madiun diperlukan untuk mencapai sasaran strategis ekonomi kreatif yang telah ditentukan. Beberapa unit kerja atau organisasi perangkat daerah (OPD) yang bertanggung jawab dalam mewujudkan visi, misi, tujuan, dan sasaran ekonomi kreatif, yaitu Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Dinas Perdagangan, dan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga.

Dalam rangka mencapai sasaran strategis yang telah ditentukan, Pemerintah Kota Madiun memerlukan strategi-strategi yang optimal. Dokumen RPJMD Kota Madiun Tahun 2019-2024 menjelaskan bahwa untuk mencapai sasaran strategis di bidang ekonomi, strategi yang diterapkan, yaitu:

- a. Pengembangan kebudayaan yang berbasis kearifan lokal untuk peningkatan kualitas hidup masyarakat;
- b. Peningkatan kontribusi sektor unggulan dalam perekonomian;

- c. Peningkatan produktivitas dan daya saing IKM, Usaha Mikro, dan Koperasi.

Berdasarkan strategi-strategi tersebut, Pemerintah Kota Madiun dapat menentukan arah kebijakan yang dapat mendukung upaya mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Madiun. Pemerintah Kota Madiun melalui OPD terkait telah mencanangkan beberapa program unggulan. Program tersebut merupakan upaya untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Madiun. Program-program tersebut adalah sebagai berikut.

Peraga 9 Program Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun

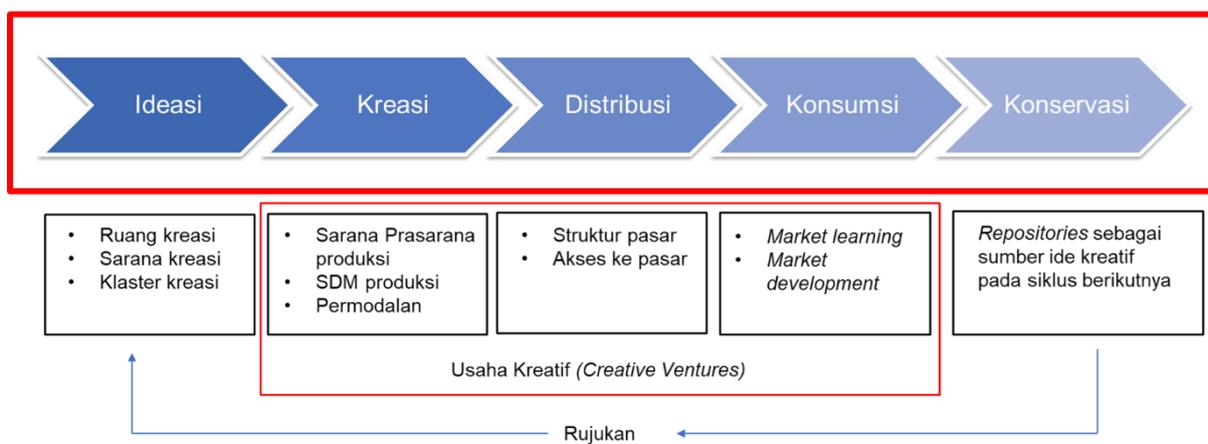
| Perangkat Daerah | Program Nomenklatur | Program Janji Politik |
|---|--|---|
| Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah | Program Pelatihan Kerja Dan Produktivitas Tenaga Kerja | Menghadirkan tenaga profesional yang kompeten di bidangnya untuk melatih masyarakat dalam merealisasikan ide atau gagasan yang bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat |
| Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga | Program Pengembangan Kebudayaan | Menyapa Masyarakat dengan Seni Budaya Mingguan |
| | Program Pengembangan Kesenian Tradisional | |
| Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah | Program Pengembangan UMKM | Bantuan Modal dan Pengembangan SDM untuk UKM Kota |
| | | Madiun Display meningkatkan dan mengembangkan produk unggulan lokal yang ada di wilayah Bakorwil 1 Madiun. |

Program-program yang telah dicanangkan tersebut menjadi awal dari pengembangan ekonomi kreatif di Kota Madiun. Selanjutnya, arah pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun dapat dimaksimalkan dengan beberapa tahapan. Selain itu, pemilihan sektor unggulan untuk dikembangkan dapat mempermudah kinerja Pemerintah Kota Madiun untuk memaksimalkan potensi daerah yang dimiliki. Melalui analisis terhadap rantai nilai ekonomi kreatif Kota Madiun, diharapkan arah pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun dapat dipetakan.

B. Rantai Nilai Produk Kreatif Kota Madiun

Identifikasi rantai nilai diperlukan untuk mengetahui bagaimana nilai dari suatu produk tercipta. Beberapa permasalahan yang menyangkut salah satu elemen dalam rantai nilai juga bisa diketahui apabila rantai nilai terpetakan. Berdasarkan UU No. 24 Tahun 2019, rantai nilai ekonomi kreatif terdiri dari kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi. Namun, dalam rancangan arah pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun, elemen produksi akan diubah menjadi ideasi yang menjadi awal dari rantai nilai.

Peraga 10 Rantai Nilai Produk Kreatif Kota Madiun



1. Ideasi

Ideasi merupakan proses awal dari rantai nilai produk kreatif Kota Madiun. Ideasi adalah proses untuk memunculkan ide, gagasan, dan solusi produk kreatif. Proses ideasi ditunjukkan dengan adanya *pools of creative ideas*. Pada proses ini, Sebagian besar proses akan mengacu pada penciptaan kebaruan dari suatu produk kreatif. Ide, gagasan, dan solusi kreatif dikembangkan melalui berbagai cara, seperti pembentukan ruang kreasi, sarana kreasi, dan klaster kreasi. Dengan adanya ruang kreasi, sarana kreasi, dan kluster kreasi diharapkan produk-produk kreatif Kota Madiun dapat diciptakan dan memunculkan suatu kebaruan yang membawa angin segar dalam upaya mengembangkan ekonomi kreatif Kota Madiun.

2. Kreasi

Proses kreasi merupakan proses pertama di mana proses mulai melibatkan usaha kreatif. Kreasi adalah proses menuangkan ide, gagasan, dan solusi kreatif ke dalam bentuk produk kreatif. Ide-ide, gagasan, dan solusi kreatif yang berasal dari ruang kreasi, sarana kreasi,

dan kluster kreasi mulai direalisasikan ke dalam bentuk nyata. Oleh karena itu, sumber daya diperlukan untuk mendukung upaya realisasi ide, gagasan, dan solusi kreatif yang telah diidentifikasi. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam proses kreasi adalah dengan penyediaan sarana prasarana produksi, SDM produksi, dan permodalan. Komitmen dalam penyediaan sumber daya yang memadai oleh Pemerintah Kota Madiun diperlukan karena usaha kreatif sering kali mengalami kendala tersebut dan kesulitan dalam mencari jalan keluar.

3. Distribusi

Distribusi menjadi kunci dari penyampaian nilai yang telah diciptakan oleh usaha kreatif kepada konsumen. Distribusi dalam rantai nilai produk kreatif adalah Proses untuk memastikan produk kreatif diterima oleh konsumen. Proses distribusi meliputi distribusi informasi dan distribusi produk. Dalam proses distribusi, permasalahan terkait ketidaktahuan tentang pasar dan akses ke pasar tersebut sering dihadapi oleh usaha kreatif, tidak terkecuali di Kota Madiun. Pemerintah Kota Madiun diharapkan dapat membantu usaha kreatif dalam mengidentifikasi struktur pasar dari produk-produk kreatif. Informasi tentang struktur pasar diperlukan agar usaha kreatif memosisikan produknya dengan tepat di pasar. Selain itu, Pemerintah Kota Madiun diharapkan dapat membuka dan menginisiasi akses ke pasar potensial. Akses tersebut mulai dari informasi hingga kerja sama dengan pihak yang dapat membantu mengembangkan pasar untuk produk kreatif Kota Madiun.

4. Konsumsi

Proses konsumsi berkaitan dengan bagaimana konsumen mendapatkan produk-produk kreatif. Konsumsi juga berkaitan dengan nilai yang diinginkan oleh konsumen. Dengan kata lain, proses konsumsi adalah proses di mana konsumen menikmati atau menggunakan karya kreatif. Proses ini meliputi penggunaan individu dan kelompok. Informasi tentang kondisi pasar di mana konsentrasi konsumen potensial berada menjadi krusial. Akses terhadap informasi ini diperlukan oleh usaha kreatif untuk memetakan segmen konsumennya. Pemerintah Kota Madiun dapat memfasilitasi upaya untuk mengetahui dan mempelajari pasar dengan berbagai cara, seperti dengan mengadakan pameran dan kerja sama dengan pihak lain. Selanjutnya, Pemerintah Kota Madiun juga

dapat menstimulus pasar dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang dapat mempermudah usaha kreatif untuk menjangkau konsumennya.

5. Konservasi

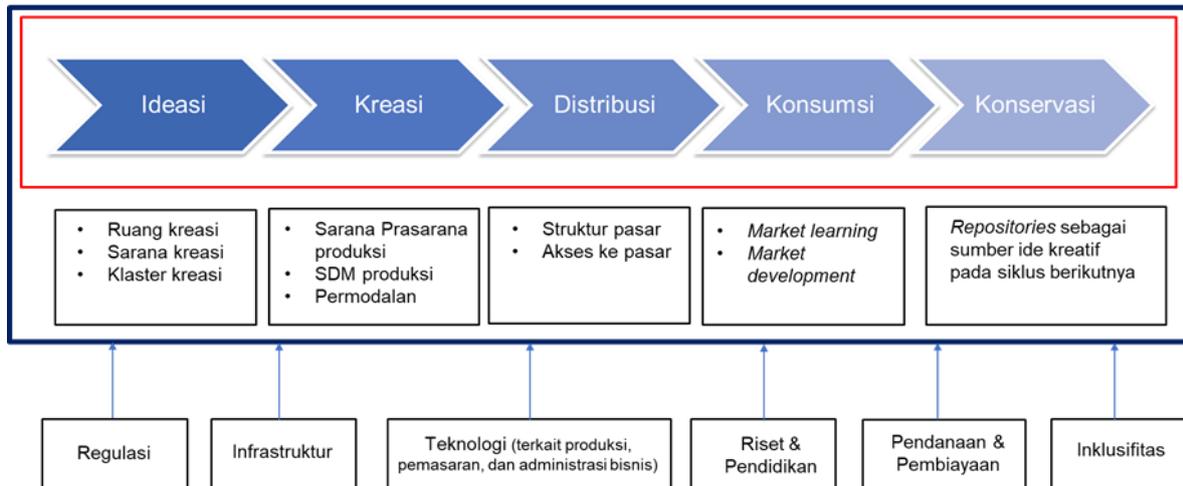
Konservasi merupakan proses terakhir dalam rantai nilai produk kreatif Kota Madiun. Proses konservasi merupakan proses melestarikan produk kreatif yang menjadi ciri khas dan identitas Kota Madiun. Proses ini terkait dengan upaya pelestarian jenis, motif, cara produksi produk kriya, dan SDM kreator kreatif. Pada proses ini, peran Pemerintah Kota Madiun sangat penting. Pemerintah Kota Madiun dapat menjadikan proses konservasi sebagai sumber ide, gagasan, atau solusi kreatif baru. Salah satu caranya adalah dengan membuat *repositories* yang dapat membuat siklus kreatif dari rantai nilai tetap terjaga. Selanjutnya, ide, gagasan, dan solusi kreatif dari proses konservasi dapat dikembangkan kembali pada siklus lanjutan proses kreasi.

Dalam rantai nilai tersebut, Pemerintah Daerah dengan pelaku usaha harus saling berkolaborasi dan saling mengisi agar rantai nilai yang ada mampu menghasilkan produk yang kompetitif, bernilai tambah, dan mampu bersaing di pasar. Pelaku usaha kreatif memainkan peran pada tahapan 2 sd 4 yaitu kreasi, distribusi dan konsumsi, sementara pemerintah daerah memfasilitasi proses 1 yaitu ideasi dan proses 5 yaitu konservasi. Pembagian peran yang baik akan sangat menentukan kinerja rantai pasokan produk kreatif Kota Madiun.

C. Ekosistem Ekonomi Kreatif Kota Madiun

Rantai nilai produk kreatif diperlukan untuk memetakan kondisi ekonomi kreatif di Kota Madiun. Proses ideasi, kreasi, distribusi, konsumsi, dan konservasi menggambarkan bagaimana usaha kreatif di Kota Madiun menjalankan bisnisnya. Ekosistem ekonomi kreatif mencakup berbagai aspek yang dapat mendukung perkembangan ekonomi kreatif. Aspek-aspek tersebut kemudian dimaksimalkan melalui bantuan dan kerja sama antara Pemerintah Kota Madiun dan pelaku usaha kreatif. Dalam penentuan arah pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun, aspek proses bisnis utama, regulasi, infrastruktur, teknologi, riset dan pendidikan, pendanaan dan pembiayaan, serta inklusifitas. Berdasarkan aspek tersebut, maka ekosistem ekonomi kreatif Kota Madiun dapat digambarkan sebagai berikut.

Peraga 11 Ekosistem Ekonomi Kreatif Kota Madiun



Model di atas digunakan untuk menyusun dan mengembangkan sektor-sektor potensial yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu sektor seni kriya, fesyen, dan kuliner. Strategi untuk setiap proses dan aspek dijabarkan sebagai acuan dalam pengambilan kebijakan. Kemudian, strategi tersebut dimuat ke dalam matriks untuk memetakan rentang waktu yang diperlukan dan OPD yang akan menjalankan strategi tersebut. Strategi-strategi yang diterapkan di setiap sektor berdasarkan ekosistem ekonomi kreatif adalah sebagai berikut.

1. Seni Kriya

Sektor seni kriya merupakan sektor yang memiliki potensi terbesar untuk dikembangkan. Program dan strategi yang tepat sasaran dibutuhkan untuk mengembangkan sektor seni kriya agar lebih dikenal oleh pasar yang lebih luas. Program dan strategi yang diterapkan berdasarkan proses dan aspek yang terkait adalah sebagai berikut.

a. Ideasi

1) Proses Bisnis Utama

- Fasilitasi temu forum pengrajin Kota Madiun
- Program peningkatan kreativitas seniman pengrajin bersama ahli atau seniman profesional
- Fasilitasi temu forum kreatif lintas sektor
- Kompetisi inovasi produk kerajinan
- *Benchmarking* produk kriya Kota Madiun

- Penelitian dan pengembangan produk kriya
- 2) Regulasi
 - Pemetaan rantai nilai kriya Kota Madiun
- 3) Infrastruktur
 - Pembangunan pusat pembelajaran berbasis kreativitas
- 4) Teknologi
 - Pengelolaan media teknologi sebagai sumber literasi kreativitas
- 5) Pendidikan
 - Pengembangan kurikulum berbasis ekonomi kreatif
 - Pengembangan pola pikir kewirausahaan

b. Kreasi

- 1) Proses Bisnis Utama
 - Fasilitasi penyediaan pasokan bahan baku kerajinan kriya secara
 - Pelatihan teknis produksi kerajinan secara berkelanjutan
 - Peningkatan kualitas produksi
 - Standarisasi proses produksi dan output produk kriya
- 2) Regulasi
 - Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan klaster
 - Pemberian penghargaan tahunan untuk kriya kreatif Kota Madiun
- 3) Infrastruktur
 - Pembangunan ruang produksi kreatif bersama
- 4) Teknologi
 - Pengembangan teknologi produksi yang berkelanjutan
- 5) Pendidikan
 - Peningkatan kapasitas kewirausahaan SDM
 - Peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha kerajinan
 - Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis
 - Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan
- 6) Pendanaan
 - Fasilitasi akses permodalan bagi UMKM dengan lembaga keuangan

c. Distribusi

1) Proses Bisnis Utama

- Fasilitasi distribusi hasil kerajinan ke pasar domestik dan mancanegara
- Fasilitas kerjasama penjualan pada pusat oleh-oleh lokal maupun nasional (kurasi produk kriya)
- Pelaksanaan pameran produk kriya Kota Madiun
- Pengiriman produk kriya ke pameran UMKM skala nasional
- Fasilitasi pengembangan jejaring UMKM produk kriya

2) Regulasi

- Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan cluster

3) Infrastruktur

- Pembangunan ruang pajang/distribusi produk kreatif Kota Madiun
- Pengembangan platform loka pasar (*marketplace*) kerajinan Kota Madiun

4) Pendidikan

- Peningkatan kapasitas manajemen pemasaran digital (terkait aspek *product, placing, positioning, digital campaign*)
- Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis
- Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan

5) Pendanaan

- Pemberian bantuan subsidi kepesertaan pameran untuk UMKM kriya Kota Madiun

d. Konsumsi

1) Proses Bisnis Utama

- Fasilitasi kerjasama promosi produk kerajinan dengan *influencer* dan/atau event kebudayaan nasional
- Pelaksanaan event kreatif rutin sebagai media sosialisasi dan branding ekonomi kreatif Kota Madiun
- Pengembangan paket wisata tour ke pengrajin kriya Kota Madiun
- Fasilitas kerjasama branding dengan duta pariwisata Kota Madiun
- Pengembangan maskot ekonomi kreatif Kota Madiun "Mas Kema"

- 2) Regulasi
 - Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan klaster
 - 3) Teknologi
 - Optimalisasi media sosial sebagai branding ekonomi kreatif Kota Madiun
 - 4) Pendidikan
 - Peningkatan kapasitas manajemen pemasaran digital (terkait aspek *co-creation, complaint management, CRM*)
 - Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis
 - Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan
 - 5) Pendanaan
 - Fasilitasi kerjasama sponsorship pelaksanaan event kreatif
- e. Konservasi
- 1) Proses Bisnis Utama
 - Pelestarian identitas lokal pada produk-produk kriya Kota Madiun
 - 2) Regulasi
 - Fasilitasi pendaftaran HAKI
 - 3) Infrastruktur
 - Pemeliharaan dan peningkatan infrastruktur kriya
 - 4) Pendidikan
 - Pemeliharaan dan pembaharuan teknologi tepat guna
 - 5) Pendanaan
 - Pemberian ruang bagi talenta kreatif disabilitas dalam komunitas ekonomi kreatif kriya Kota Madiun

2. Fesyen

Sektor fesyen merupakan sektor yang menjanjikan mengingat pertumbuhan permintaan produk fesyen terus meningkat setiap tahunnya. Kota Madiun memiliki potensi produk fesyen yang menjanjikan dengan produk kain tradisionalnya, seperti batik dan kain tapis. Program dan strategi yang tepat diperlukan untuk mengembangkan potensi fesyen di Kota Madiun. Beberapa program dan strategi yang dapat diterapkan berdasarkan proses dan aspek adalah sebagai berikut.

a. Ideasi

1) Proses Bisnis Utama

- Kerja sama antara desainer dan produsen fesyen
- Fasilitasi temu forum pengusaha fesyen Kota Madiun
- Program peningkatan kreativitas pengrajin dan pengusaha bersama ahli
- Fasilitasi temu forum kreatif lintas sektor
- Kompetisi inovasi produk fesyen
- *Benchmarking* produk fesyen
- Riset dan pengembangan produk fesyen

2) Regulasi

- Pemetaan rantai nilai produk fesyen Kota Madiun

3) Infrastruktur

- Pembangunan pusat pembelajaran berbasis kreativitas

4) Teknologi

- Pengelolaan media teknologi sebagai sumber literasi

5) Pendidikan

- Pengembangan kurikulum berbasis ekonomi kreatif
- Pengembangan pola pikir kewirausahaan

b. Kreasi

1) Proses Bisnis Utama

- Fasilitasi penyediaan pasokan bahan baku produk fesyen secara berkelanjutan
- Pelatihan teknis produksi fesyen secara berkelanjutan
- Peningkatan kualitas produksi
- Standarisasi proses produksi dan output produk fesyen

2) Regulasi

- Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif fesyen berdasarkan klaster
- Pemberian penghargaan tahunan untuk produk fesyen kreatif Kota Madiun

3) Infrastruktur

- Pembangunan ruang produksi kreatif bersama

4) Teknologi

- Pengembangan teknologi produksi yang berkelanjutan

5) Pendidikan

- Peningkatan kapasitas kewirausahaan SDM
- Peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha kerajinan
- Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis
- Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan

6) Pendanaan

- Fasilitasi akses permodalan bagi UMKM dengan lembaga keuangan

c. Distribusi

1) Proses Bisnis Utama

- Fasilitasi distribusi produk fesyen Kota Madiun ke pasar domestik dan mancanegara
- Fasilitas kerjasama penjualan pada pusat oleh-oleh lokal maupun nasional
- Pembuatan pameran produk fesyen
- Pengiriman produk fesyen ke pameran UMKM
- Jejaring UMKM produk fesyen
- Kurasi produk fesyen Kota Madiun

2) Regulasi

- Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan cluster

3) Infrastruktur

- Pembuatan ruang pajang/distribusi produk kreatif Kota Madiun
- Pengembangan platform loka pasar (*marketplace*) kerajinan Kota Madiun

4) Pendidikan

- Pengembangan keterampilan manajemen pemasaran digital (*product placing, positioning, digital campaign*)
- Pengelolaan keuangan bisnis
- Administrasi dan pencatatan

5) Pendanaan

- Pemberian bantuan subsidi kepesertaan pameran untuk UMKM fesyen Kota Madiun

d. Konsumsi

1) Proses Bisnis Utama

- Fasilitas kerjasama promosi produk fesyen dengan *influencer* dan/atau event kebudayaan nasional
- Pelaksanaan event kreatif rutin sebagai media sosialisasi ekonomi kreatif Kota Madiun
- *Branding* produk fesyen Kota Madiun
- Tour ke pengusaha fesyen Kota Madiun
- Kerja sama dengan duta fesyen Kota Madiun
- Pembuatan Mas Kema (Maskot Kreatif Madiun)

2) Regulasi

- Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan cluster

3) Teknologi

- Optimalisasi media sosial sebagai branding ekonomi kreatif Kota Madiun

4) Pendidikan

- Peningkatan kapasitas manajemen pemasaran digital (terkait aspek *co-creation, complaint management, CRM*)
- Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis
- Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan

5) Pendanaan

- Fasilitasi kerjasama sponsorship pelaksanaan event kreatif

e. Konservasi

1) Proses Bisnis Utama

- Mempertahankan ciri khas fesyen Kota Madiun (jika memang sudah ada)

2) Regulasi

- Fasilitasi pendaftaran HAKI

3) Infrastruktur

- Pemeliharaan dan peningkatan infrastruktur kriya

4) Pendidikan

- Pemeliharaan dan pembaharuan teknologi tepat guna

5) Pendanaan

- Pemberian ruang bagi talenta kreatif disabilitas dalam komunitas ekonomi kreatif kriya Kota Madiun

3. Kuliner

Kota Madiun terkenal sebagai Kota Pecel. Julukan tersebut menjadi bekal bagi Pemerintah Kota Madiun untuk mengembangkan potensi kuliner yang ada. Meski saat ini hanya pecel dan bluder yang menjadi andalan Kota Madiun, namun potensi kuliner lainnya juga dapat dimaksimalkan. Program dan strategi untuk memaksimalkan potensi kuliner, termasuk pula pecel dan bluder perlu dirumuskan. Harapannya, Kota Madiun dapat menjadi sentra kuliner di Jawa Timur dengan ciri khasnya. Beberapa program dan strategi yang dapat diterapkan berdasarkan proses dan aspek adalah sebagai berikut.

a. Ideasi

1) Proses Bisnis Utama

- Riset dan pengembangan inovasi produk kuliner
- Fasilitasi forum berbagi pelaku sektor kuliner
- Kompetisi inovasi kuliner modern berbasis kearifan lokal
- Pengembangan dapur kreatif bersama

2) Infrastruktur

- Pembangunan sarana dan prasarana pendukung

b. Kreasi

1) Proses Bisnis Utama

- Fasilitasi penyediaan bahan baku produksi yang berkelanjutan
- Program pelatihan oleh para profesional
- Pelatihan desain produk dan kemasan
- Peningkatan kualitas produksi

2) Regulasi

- Fasilitasi standarisasi produksi kuliner
- Fasilitasi sertifikasi halal dan perizinan produk kuliner

3) Teknologi

- Pengembangan teknologi produksi dan pengemasan

4) Pendidikan

- Peningkatan kapasitas kewirausahaan SDM
 - Peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha kerajinan
- 5) Pendanaan
- Fasilitasi akses permodalan bagi UMKM dengan lembaga keuangan
- c. Distribusi
- 1) Proses Bisnis Utama
- Fasilitasi kerjasama penyediaan pasokan pada industri akomodasi dan perhotelan
 - Fasilitasi kerjasama penjualan pada platform lokapasar (*marketplace*)
 - Kurasi produk kuliner Kota Madiun
- 2) Regulasi
- Perlindungan pelaku usaha kuliner dalam skema kerjasama dengan penyedia layanan daring (*online food delivery*)
- 3) Infrastruktur
- Pembangunan pusat-pusat kuliner Kota Madiun
- 4) Pendidikan
- Pengembangan keterampilan manajemen pemasaran digital
- d. Konsumsi
- 1) Proses Bisnis Utama
- Pelaksanaan festival kuliner Kota Madiun
 - Fasilitasi kerjasama promosi kuliner dengan influencer
 - Peningkatan *public awareness* melalui gerakan sosial #NamaGerakan
 - Pengembangan maskot ekonomi kreatif Kota Madiun "Mas Kema"
- 2) Teknologi
- Optimalisasi media sosial sebagai branding kuliner Kota Madiun
- 3) Pendanaan
- Fasilitasi kerjasama sponsorship pelaksanaan festival kuliner
- e. Konservasi
- 1) Proses Bisnis Utama
- Pelestarian identitas lokal pada produk-produk kuliner Kota Madiun.

BAB V
MATRIKS PROGRAM KERJA
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA MADIUN

A. Seni Kriya

| Sub Sektor: Seni Kriya | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------|---|-----------|------|------|------|------|--|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| Ideasi | Proses Bisnis Utama | Fasilitasi temu forum pengrajin Kota Madiun | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Program peningkatan kreativitas seniman pengrajin bersama ahli atau seniman profesional | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Fasilitasi temu forum kreatif lintas sektor | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Kompetisi inovasi produk kerajinan | | 1 | 1 | 1 | 1 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | <i>Benchmarking</i> produk kriya Kota Madiun | | 2 | 2 | 2 | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Penelitian dan pengembangan produk kriya | | 2 | 2 | 2 | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | Regulasi | Pemetaan rantai nilai kriya Kota Madiun | 2 | 2 | 2 | | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | Infrastruktur | Pembangunan pusat pembelajaran berbasis kreativitas | | | 50% | 100% | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Teknologi | Pengelolaan media teknologi sebagai sumber literasi kreativitas | 75% | 90% | 100% | 100% | 100% | Dinas Komunikasi dan Informatika |

| Sub Sektor: Seni Kriya | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------|---|-----------|------|------|------|------|--|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| | Pendidikan | Pengembangan kurikulum berbasis ekonomi kreatif | | | 1 | 1 | 1 | Dinas Pendidikan |
| | | Pengembangan pola pikir kewirausahaan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Pendanaan | - | | | | | | |
| | Inklusifitas | - | | | | | | |
| Kreasi | Proses Bisnis Utama | Fasilitasi penyediaan pasokan bahan baku kerajinan kriya secara berkelanjutan | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Perdagangan |
| | | Pelatihan teknis produksi kerajinan secara berkelanjutan | | 4 | 4 | 4 | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kualitas produksi | | 4 | 4 | 4 | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Standarisasi proses produksi dan output produk kriya | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Regulasi | Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan klaster | | 1 | 1 | | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | | Pemberian penghargaan tahunan untuk kriya kreatif Kota Madiun | | 1 | 1 | 1 | 1 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Infrastruktur | Pembangunan ruang produksi kreatif bersama | | 50% | 100% | | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Teknologi | Pengembangan teknologi produksi yang berkelanjutan | 50% | 75% | 90% | 100% | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendidikan | Peningkatan kapasitas kewirausahaan SDM | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha kerajinan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |

| Sub Sektor: Seni Kriya | | | | | | | | |
|------------------------|----------------------------|--|-----------|------|------|------|------|---|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| | | Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendanaan | Fasilitasi akses permodalan bagi UMKM dengan lembaga keuangan | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Inklusifitas | - | | | | | | |
| Distribusi | Proses Bisnis Utama | Fasilitasi distribusi hasil kerajinan ke pasar domestik dan mancanegara | | 4 | 4 | | | Dinas Perdagangan |
| | | Fasilitas kerjasama penjualan pada pusat oleh-oleh lokal maupun nasional (kurasi produk kriya) | | 4 | 4 | | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Pelaksanaan pameran produk kriya Kota Madiun | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Pengiriman produk kriya ke pameran UMKM skala nasional | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Perdagangan |
| | | Fasilitasi pengembangan jejaring UMKM produk kriya | 4 | 4 | 4 | | | Dinas Perdagangan |
| | Regulasi | Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan cluster | | 1 | 1 | | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | Infrastruktur | Pembangunan ruang pajang/distribusi produk kreatif Kota Madiun | | | 50% | 100% | | Dinas Perdagangan |
| | | Pengembangan platform loka pasar (<i>marketplace</i>) kerajinan Kota Madiun | | | 50% | 100% | | Dinas Komunikasi dan Informatika |
| | Teknologi | - | | | | | | |

| Sub Sektor: Seni Kriya | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------|---|-----------|------|------|------|------|--|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| | Pendidikan | Peningkatan kapasitas manajemen pemasaran digital (terkait aspek <i>product, placing, positioning, digital campaign</i>) | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendanaan | Pemberian bantuan subsidi kepesertaan pameran untuk UMKM kriya Kota Madiun | | | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Inklusifitas | - | | | | | | |
| Konsumsi | Proses Bisnis Utama | Fasilitasi kerjasama promosi produk kerajinan dengan <i>influencer</i> dan/atau event kebudayaan nasional | 4 | 4 | 4 | 4 | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Pelaksanaan event kreatif rutin sebagai media sosialisasi dan branding ekonomi kreatif Kota Madiun | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Pengembangan paket wisata tour ke pengrajin kriya Kota Madiun | | | 4 | 4 | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Fasilitas kerjasama branding dengan duta pariwisata Kota Madiun | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Pengembangan maskot ekonomi kreatif Kota Madiun "Mas Kema" | | 1 | 1 | | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Regulasi | Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan klaster | | 1 | 1 | | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | Infrastruktur | - | | | | | | |
| | Teknologi | Optimalisasi media sosial sebagai branding ekonomi kreatif Kota Madiun | 50% | 75% | 90% | 100% | 100% | Dinas Komunikasi dan Informatika |

| Sub Sektor: Seni Kriya | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------|--|-----------|------|------|------|------|---|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| | Pendidikan | Peningkatan kapasitas manajemen pemasaran digital (terkait aspek <i>co-creation, complaint management, CRM</i>) | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendanaan | Fasilitasi kerjasama sponsorship pelaksanaan event kreatif | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Inklusifitas | - | | | | | | |
| Konservasi | Proses Bisnis Utama | Pelestarian identitas lokal pada produk-produk kriya Kota Madiun | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Regulasi | Fasilitasi pendaftaran HAKI | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Infrastruktur | Pemeliharaan dan peningkatan infrastruktur kriya | | | 50% | 100% | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Teknologi | Pemeliharaan dan pembaharuan teknologi tepat guna | | | | 50% | 100% | Dinas Perdagangan |
| | Pendidikan | - | | | | | | |
| | Pendanaan | - | | | | | | |
| | Inklusifitas | Pemberian ruang bagi talenta kreatif disabilitas dalam komunitas ekonomi kreatif kriya Kota Madiun | 50% | 75% | 90% | 100% | 100% | Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak |

B. Fesyen

| Sub Sektor: Fesyen | | | | | | | | |
|--------------------|---------------------|--|-----------|------|------|------|------|--|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| Ideasi | Proses Bisnis Utama | Kerja sama antara desainer dan produsen fesyen | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Fasilitasi temu forum pengusaha fesyen Kota Madiun | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Program peningkatan kreativitas pengrajin dan pengusaha bersama ahli | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Fasilitasi temu forum kreatif lintas sektor | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Kompetisi inovasi produk fesyen | | 1 | 1 | 1 | 1 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | <i>Benchmarking</i> produk fesyen | | 1 | 1 | 1 | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Riset dan pengembangan produk fesyen | | 1 | 1 | 1 | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Regulasi | Pemetaan rantai nilai produk fesyen Kota Madiun | | 2 | 2 | 2 | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | Infrastruktur | Pembangunan pusat pembelajaran berbasis kreativitas | | | 50% | 100% | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Teknologi | Pengelolaan media teknologi sebagai sumber literasi | 50% | 75% | 90% | 100% | 100% | Dinas Komunikasi dan Informatika |
| | Pendidikan | Pengembangan kurikulum berbasis ekonomi kreatif | | 1 | 1 | 1 | 1 | Dinas Pendidikan |
| | | Pengembangan pola pikir kewirausahaan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Pendanaan | - | | | | | | - |
| | Inklusifitas | - | | | | | | - |

| Sub Sektor: Fesyen | | | | | | | | |
|--------------------|---------------------|--|-----------|------|------|------|------|--|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| Kreasi | Proses Bisnis Utama | Fasilitasi penyediaan pasokan bahan baku produk fesyen secara berkelanjutan | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Perdagangan |
| | | Pelatihan teknis produksi fesyen secara berkelanjutan | | 4 | 4 | 4 | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kualitas produksi | | 4 | 4 | 4 | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Standarisasi proses produksi dan output produk fesyen | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Regulasi | Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif fesyen berdasarkan klaster | | 1 | 1 | | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | | Pemberian penghargaan tahunan untuk produk fesyen kreatif Kota Madiun | | 1 | 1 | 1 | 1 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Infrastruktur | Pembangunan ruang produksi kreatif bersama | 50% | 75% | 90% | 100% | 100% | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Teknologi | Pengembangan teknologi produksi yang berkelanjutan | | 50% | 75% | 100% | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendidikan | Peningkatan kapasitas kewirausahaan SDM | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha kerajinan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kompetensi manajemen keuangan bisnis | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kompetensi administrasi dan pencatatan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendanaan | Fasilitasi akses permodalan bagi UMKM dengan lembaga keuangan | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| Inklusifitas | - | | | | | | - | |

| Sub Sektor: Fesyen | | | | | | | | |
|--------------------|---------------------|---|-----------|------|------|------|------|---|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| Distribusi | Proses Bisnis Utama | Fasilitasi distribusi produk fesyen Kota Madiun ke pasar domestik dan mancanegara | | 4 | 4 | | | Dinas Perdagangan |
| | | Fasilitas kerjasama penjualan pada pusat oleh-oleh lokal maupun nasional | | 4 | 4 | | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Pembuatan pameran produk fesyen | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Pengiriman produk fesyen ke pameran UMKM | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Perdagangan |
| | | Jejaring UMKM produk fesyen | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Perdagangan |
| | | Kurasi produk fesyen Kota Madiun | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Perdagangan |
| | Regulasi | Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif kriya berdasarkan cluster | | 1 | 1 | | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | Infrastruktur | Pembuatan ruang pajang/distribusi produk kreatif Kota Madiun | | | 50% | 100% | | Dinas Perdagangan |
| | | Pengembangan platform loka pasar (<i>marketplace</i>) kerajinan Kota Madiun | | | 50% | 100% | | Dinas Komunikasi dan Informatika |
| | Teknologi | - | | | | | | - |
| | Pendidikan | Pengembangan keterampilan manajemen pemasaran digital (<i>product placing, positioning, digital campaign</i>) | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Pengelolaan keuangan bisnis | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Administrasi dan pencatatan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |

| Sub Sektor: Fesyen | | | | | | | | |
|--------------------|----------------------------|---|-----------|------|------|------|------|--|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| | Pendanaan | Pemberian bantuan subsidi kepesertaan pameran untuk UMKM fesyen Kota Madiun | | | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Inklusifitas | - | | | | | | - |
| Konsumsi | Proses Bisnis Utama | Fasilitas kerjasama promosi produk fesyen dengan <i>influencer</i> dan/atau event kebudayaan nasional | 4 | 4 | 4 | 4 | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Pelaksanaan event kreatif rutin sebagai media sosialisasi ekonomi kreatif Kota Madiun | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | <i>Branding</i> produk fesyen Kota Madiun | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Tour ke pengusaha fesyen Kota Madiun | | | 4 | 4 | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Kerja sama dengan duta fesyen Kota Madiun | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Pembuatan Mas Kema (Maskot Kreatif Madiun) | | 1 | 1 | | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Regulasi | Perumusan kebijakan pengembangan wilayah/sentra kreatif fesyen berdasarkan cluster | | 1 | 1 | | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | Infrastruktur | - | | | | | | - |
| | Teknologi | Optimalisasi media sosial sebagai branding ekonomi kreatif Kota Madiun | 50% | 75% | 90% | 100% | 100% | Dinas Komunikasi dan Informatika |
| | Pendidikan | Pengembangan keterampilan manajemen pemasaran digital (co-creation, complaint management, CRM) | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |

| Sub Sektor: Fesyen | | | | | | | | |
|--------------------|----------------------------|---|-----------|------|------|------|------|---|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| | | Pengelolaan keuangan bisnis | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Administrasi dan pencatatan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendanaan | Fasilitasi kerjasama sponsorship pelaksanaan event kreatif | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Inklusifitas | - | | | | | | - |
| Konservasi | Proses Bisnis Utama | Mempertahankan ciri khas fesyen Kota Madiun (jika memang sudah ada) | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Regulasi | Pemerintah memfasilitasi pemrosesan HAKI | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Infrastruktur | Pemeliharaan dan peningkatan infrastruktur | | | 50% | 100% | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Teknologi | Pemeliharaan dan pembaharuan teknologi tepat guna | | | | 50% | 100% | Dinas Komunikasi dan Informatika |
| | Pendidikan | - | | | | | | - |
| | Pendanaan | - | | | | | | - |
| | Inklusifitas | Pemberian ruang bagi talenta kreatif disabel untuk terus berkreasi | 50% | 75% | 90% | 100% | 100% | Dinas Sosial, Pemberdayaan Perempuan, dan Perlindungan Anak |

C. Kuliner

| Sub Sektor: Kuliner | | | | | | | | |
|---------------------|---------------------|--|-----------|------|------|------|------|--|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| Ideasi | Proses Bisnis Utama | Riset dan pengembangan inovasi produk kuliner | | 2 | 2 | | | Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah |
| | | Fasilitasi forum berbagi pelaku sektor kuliner | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Kompetisi inovasi kuliner modern berbasis kearifan lokal | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Pengembangan dapur kreatif bersama | | | 2 | 2 | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Regulasi | - | | | | | | |
| | Infrastruktur | Pembangunan sarana dan prasarana pendukung | | 50% | 100% | | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Teknologi | - | | | | | | |
| | Pendidikan | - | | | | | | |
| | Pendanaan | - | | | | | | |
| Inklusifitas | - | | | | | | | |
| Kreasi | Proses Bisnis Utama | Fasilitasi penyediaan bahan baku produksi yang berkelanjutan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Perdagangan |
| | | Program pelatihan oleh para profesional | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Pelatihan desain produk dan kemasan | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kualitas produksi | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Regulasi | Fasilitasi standarisasi produksi kuliner | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |

| Sub Sektor: Kuliner | | | | | | | | |
|---------------------|----------------------------|--|-----------|------|------|------|------|---|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| | | Fasilitasi sertifikasi halal dan perizinan produk kuliner | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Infrastruktur | - | | | | | | |
| | Teknologi | Pengembangan teknologi produksi dan pengemasan | | 50% | 100% | | | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendidikan | Peningkatan kapasitas kewirausahaan SDM | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | | Peningkatan kemampuan manajerial pelaku usaha kerajinan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendanaan | Fasilitasi akses permodalan bagi UMKM dengan lembaga keuangan | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Inklusifitas | - | | | | | | |
| Distribusi | Proses Bisnis Utama | Fasilitasi kerjasama penyediaan pasokan pada industri akomodasi dan perhotelan | | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Perdagangan |
| | | Fasilitasi kerjasama penjualan pada platform lokapasar (<i>marketplace</i>) | | 50% | 100% | | | Dinas Perdagangan |
| | | Kurasi produk kuliner Kota Madiun | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Perdagangan |
| | Regulasi | Perlindungan pelaku usaha kuliner dalam skema kerjasama dengan penyedia layanan daring (<i>online food delivery</i>) | | 50% | 100% | | | Dinas Perdagangan |
| | Infrastruktur | Pembangunan pusat-pusat kuliner Kota Madiun | | 50% | 100% | | | Dinas Perdagangan |
| | Teknologi | - | | | | | | |
| | Pendidikan | Pengembangan keterampilan manajemen pemasaran digital | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Dinas Tenaga Kerja, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah |
| | Pendanaan | - | | | | | | |
| | Inklusifitas | - | | | | | | |

| Sub Sektor: Kuliner | | | | | | | | |
|---------------------|---------------------|---|-----------|------|------|------|------|--|
| Fase | Pilar | Kegiatan | Lini Masa | | | | | Penanggung Jawab |
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| Konsumsi | Proses Bisnis Utama | Pelaksanaan festival kuliner Kota Madiun | | 1 | 1 | 1 | 1 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Fasilitasi kerjasama promosi kuliner dengan influencer | | 4 | 4 | | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Peningkatan <i>public awareness</i> melalui gerakan sosial #NamaGerakan | | 50% | 100% | | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | | Pengembangan maskot ekonomi kreatif Kota Madiun "Mas Kema" | | 1 | | | | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Regulasi | - | | | | | | |
| | Infrastruktur | - | | | | | | |
| | Teknologi | Optimalisasi media sosial sebagai branding kuliner Kota Madiun | 50% | 75% | 90% | 100% | 100% | Dinas Komunikasi dan Informatika |
| | Pendidikan | - | | | | | | |
| | Pendanaan | Fasilitasi kerjasama sponsorship pelaksanaan festival kuliner | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| Inklusifitas | - | | | | | | | |
| Konservasi | Proses Bisnis Utama | Pelestarian identitas lokal pada produk-produk kuliner Kota Madiun | | 2 | 2 | 2 | 2 | Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga |
| | Regulasi | - | | | | | | |
| | Infrastruktur | - | | | | | | |
| | Teknologi | - | | | | | | |
| | Pendidikan | - | | | | | | |
| | Pendanaan | - | | | | | | |
| | Inklusifitas | - | | | | | | |

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembangunan ekonomi kreatif menjadi amanat yang harus dijalankan oleh pemerintah daerah. Ekonomi kreatif memiliki keterkaitan yang erat dengan pengembangan pariwisata dan pembangunan usaha mikro, kecil, dan menengah. Dengan demikian, ekonomi kreatif memiliki *multiplier effect* yang luar biasa bagi perekonomian masyarakat Kota Madiun. Harapannya, dampak luas pembangunan ekonomi kreatif dapat berperan bagi peningkatan pendapatan masyarakat, pelestarian seni/budaya lokal, dan pemeliharaan kecerdasan hidup bermasyarakat di Kota Madiun. Berdasarkan diskusi dan analisis yang telah dipaparkan pada Bab II sampai dengan Bab V, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang dikembangkan berlandaskan pada kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan untuk menciptakan suatu kebaruan. Berdasarkan Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, ekonomi kreatif adalah aktivitas perekonomian yang menggunakan ide, gagasan, kreativitas dan inovasi manusia sebagai sumberdaya utamanya. Undang-undang No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Di dalam regulasi tersebut memberikan arahan tentang konsepsi ekonomi kreatif yang berlaku di Indonesia beserta elemen di dalamnya, seperti ekosistem, pembiayaan, pengembangan pendidikan, pemasaran, hingga perlindungan hak kekayaan intelektual. Selanjutnya, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mengidentifikasi setidaknya terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif yang ada di Indonesia.
2. Tiga sektor ekonomi dengan kontribusi terbesar di Kota Madiun adalah sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor; sektor informasi dan komunikasi; dan sektor industri pengolahan. Dari sisi ekonomi kreatif, Kota Madiun telah memiliki enam sub-sektor Ekonomi Kreatif yang potensial untuk dikembangkan, yaitu: Periklanan, Arsitektur, Seni Kriya, Fashion, Penerbitan dan Percetakan, serta Kuliner. Persoalan ekonomi kreatif di Kota Madiun terkait dengan masih perlu ditingkatkannya prasarana ruang kreatif sebagai ruang ekspresi dan

promosi bagi masyarakat kreatif Kota Madiun, serta masih terbatasnya kapasitas sumber daya manusia ekonomi kreatif. Berdasarkan potensinya, pengembangan ekonomi kreatif dapat difokuskan pada beberapa sektor, yaitu sektor seni kriya, kuliner, dan fesyen.

3. Ekosistem ekonomi kreatif didefinisikan sebagai keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai ekonomi kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi. Keterhubungan sistem tersebut dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum. Dalam rangka menjaga dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif di Indonesia, Presiden Joko Widodo mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Pada tahun 2019, Bekraf melebur dan menjadi bagian dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf)
4. Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun mendapat dukungan dari visi dan misi Kota Madiun yang kemudian diturunkan menjadi beberapa sasaran strategis yang dicapai melalui strategi-strategi yang optimal. Rantai nilai produk kreatif diperlukan untuk memetakan kondisi ekonomi kreatif di Kota Madiun. Proses ideasi, kreasi, distribusi, konsumsi, dan konservasi menggambarkan bagaimana usaha kreatif di Kota Madiun menjalankan bisnisnya. Ekosistem ekonomi kreatif mencakup berbagai aspek yang dapat mendukung perkembangan ekonomi kreatif. Aspek-aspek tersebut kemudian dimaksimalkan melalui bantuan dan kerja sama antara Pemerintah Kota Madiun dan pelaku usaha kreatif, yaitu aspek proses bisnis utama, regulasi, infrastruktur, teknologi, riset dan Pendidikan, pendanaan dan pembiayaan, serta inklusifitas.
5. Matriks program kerja pengembangan ekonomi kreatif untuk ketiga sektor potensial, yaitu sektor seni kriya, kuliner, dan fesyen untuk periode lima tahun (2022-2026). Selain kegiatannya, juga telah dicantumkan masing-masing OPD yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan tersebut.

B. Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dapat diberikan terkait dengan *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun adalah sebagai berikut.

1. Perlunya sinergi antar Organisasi Perangkat Daerah dalam menjalankan program/kegiatan pengembangan ekonomi kreatif. Beberapa program/kegiatan dapat saling mendukung satu sama lain, atau suatu program menjadi prasyarat sebelum program lain dapat dilaksanakan. Harapannya, tujuan pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun dapat dicapai secara menyeluruh.
2. Apabila diperlukan, Pemerintah Daerah bersama OPD penanggung jawab program/kegiatan dapat melakukan penyesuaian terhadap target pelaksanaan program/kegiatan, agar sesuai dengan kondisi eksisting ekonomi kreatif dan ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh daerah.
3. Dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap pencapaian *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Madiun. Dengan demikian, pemerintah daerah melalui OPD penanggung jawab mengantisipasi apabila terjadi kondisi yang berdampak pada program/kegiatan pengembangan ekonomi kreatif.
4. Pemerintah Daerah menyusun rencana keberlanjutan terhadap pengembangan ekonomi kreatif Kota Madiun ketika *roadmap* ini berakhir pada tahun 2026. Pemerintah Daerah dapat Menyusun target-target capaian yang lebih besar dengan sasaran yang lebih luas, guna memaksimalkan dampak positif ekonomi kreatif untuk kehidupan masyarakat Kota Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

Karya Ilmiah

- Hidayat, A. R. R. T. & Asmara, A. Y. (2017). *Creative Industry in Supporting Economy Growth in Indonesia: Perspective of Regional Innovation System*. IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing.
- Irianti, D. B., Patiung, M., Somearyono, & Kholidah. (2019). Identifikasi Komoditi Unggulan Sektor Ekonomi Kabupaten Madiun. *Birokrasi Pancasila, Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah*, 1(2), 119-132.
- Purnomo, B. R. (2018). *Essays on Entrepreneurship and Creative Industries*, Doctoral Dissertation, University of Agder, Norway.
- _____. (2020). Artistic Orientation in Creative Industries: Conceptualization and Scale Development. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1-43.
- Purnomo, B. R. & Kristiansen, S. (2018). Economic reasoning and creative industries progress. *Creative Industries Journal*, 11(1), 3-21.

Laporan

- Badan Ekonomi Kreatif. 2020. *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2019*.
- BPS Kota Madiun. (2022). *Kota Madiun dalam Angka 2022*.
- Doloreux, D. & Parto, S. (2004). *Regional Innovation System: A Critical Synthesis*. Discussion Paper Series #2004-17, 1-38, United Nations University - INTECH.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2014). *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*.
- Pemerintah Kota Madiun. 2016. *Renstra Pembangunan Ekonomi Kreatif Kota Madiun Tahun 2016*