
PEMETAAN SOSIAL INDUSTRI KREATIF KECAMATAN KEDUNGKANDANG KOTA MALANG

Baroroh Lestari

Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Malang, Jl. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec.
Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141, Indonesia

Email: baroroh.lestari@polinema.ac.id

ABSTRAK

Industri kreatif merupakan salah satu sector yang saat ini sedang diintensifkan oleh pemerintah. Diharapkan masing-masing wilayah di Indonesia memiliki industri kreatif yang dapat dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan industri kreatif di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang yang mengacu pada versi 2015 dari Standar Bidang Bisnis Indonesia (KBLI). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang dengan fokus penelitian pada 32 industri kreatif. Kemudian untuk mengetahui deskripsi industri kreatif di Malang, metode pemetaan sosial digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kecamatan Kedungkandang merupakan kecamatan dengan pelaku industry kreatif terendah di Kota Malang. Di Kecamatan Kedungkandang hanya beberapa subsector industri kreatif yang dapat berkembang dengan baik, yaitu kriya, fashion dan kuliner. Industri kriya rajut menjadi alternatif untuk mengembangkan industri kreatif di Kecamatan Kedungkandang. Dengan fokus pada industry kreatif tersebut, maka Kecamatan Kedungkandang akan memiliki keunikan yang menjadi ciri dari Kecamatan Kedungkandang.

Kata kunci: Industri, Kreatif, kecamatan Kedungkandang

ABSTRACT

The creative industry is one sector that is currently being intensified by the government. It is hoped that each region in Indonesia has a creative industry that can be developed. This study aims to map the creative industry in Kedungkandang District, Malang City which refers to the 2015 version of the Indonesian Business Sector Standard (KBLI). This research was conducted in Kedungkandang District, Malang City with a research focus on 32 creative industries. Then to find out the description of the creative industry in Malang, the social mapping method is used. The results showed that Kedungkandang District is a sub-district with the lowest creative industry players in Malang City. In Kedungkandang District, only a few sub-sectors of the creative industry have developed well, namely crafts, fashion and culinary. The knitting craft industry is an alternative for developing the creative industry in Kedungkandang District. With a focus on the creative industry, Kedungkandang District will have a unique characteristic of Kedungkandang District.

Key words: Creative, Industries, Kedungkandang sub-district

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang pesat di Provinsi Jawa Timur di topang dengan pesatnya perkembangan ekonomi disektor industry kreatif. Berdasarkan hasil survei ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Bekraf dan BPS tahun 2017, Provinsi Jawa Timur berada di posisi ke dua dalam ekspor ekonomi kreatif, yaitu sebesar 20,85% dari total ekspor ekonomi kreatif nasional atau sebesar US\$ 4,037 Miliar (Bekraf dan BPS, 2017). Selain itu juga diketahui bahwa pesatnya pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Timur ditopang oleh pertumbuhan ekonomi Kota Malang. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Anton (2017) sebagaimana di muat dalam Radar Malang, menyatakan bahwa Kota Malang menjadi kota dengan pertumbuhan ekonomi terbesar di Provinsi Jawa Timur yaitu sebesar 5,61%. Dengan demikian, maka Kota Malang menjadi salah satu kekuatan ekonomi baru di Jawa Timur.

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendukung ekonomi kreatif adalah memaksimalkan potensi ekonomi kreatif di Indonesia. Salah satunya, dengan dikeluarkannya Peraturan Presiden No. 6/2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif yang diperbarui dengan Peraturan Presiden No. 72/2015. Dalam peraturan tersebut, terdapat enam belas subsektor ekonomi kreatif yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner;

musik; fashion, aplikasi dan game developer; penerbitan; periklan-an; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Lebih lanjut pada Instruksi Presiden Republik Indonesia nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, secara khusus mengatur pengembangan industri kreatif di Indonesia. Kebijakan ini ditujukan untuk mengembangkan perekonomian rakyat yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Secara khusus, Presiden mengajak mengem-bangkan produk ekonomi yang berbasis seni budaya dan kerajinan, berbasis pada warisan, benda-benda sejarah dan purbakala, tradisi dan adat, sebagai titik tolak untuk meningkatkan daya saing dalam era ekonomi kreatif (Ramdani, 2015)

Berdasarkan data hasil survei pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti pada tahun 2019, diperoleh bahwa di Kota Malang, kegiatan ekonomi kreatif didominasi oleh usaha dalam subsektor kriya (54 industri kreatif) dan kuliner (42 industri kreatif).

Saat ini belum ada gambaran yang jelas tentang kondisi industri kreatif per Kecamatan di Kota Malang. Sesuai dengan data yang telah dikemukakan, maka studi pemetaan ini dirasakan sangat perlu dilakukan sehingga dapat diperoleh gambaran konkrit tentang industri kreatif di

Kecamatan Kedungkandang membawahi 12 Kelurahan, yaitu Arjowinangun, Tlogowaru, Wonokoyo, Bumiayu, Buring, Mergosono, Kotalama, Kedungkandang, Sawojajar, Madyopuro, Lesanpuro dan Cemorokandang. Secara geografis, Kecamatan Kedungkandang terletak antara 112036'14" -112040'42" Bujur Timur dan 077036'38" -008001'57" Lintang Selatan. Kecamatan Kedungkandang terletak pada ketinggian 440-460 meter di atas permukaan laut (dpl). Di sebelah timur wilayah Kecamatan Kedungkandang terdapat daerah perbukitan Gunung Buring yang memanjang dari utara ke selatan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa:

1. Industri kreatif di Kecamatan Kedungkandang belum berkembang dengan baik. Hal ini diketahui bahwa dari 16 subsektor, hanya 13 subsektor yang berkembang. Ke 13 subsektor tersebut adalah Kriya; Arsitektur; Kuliner; Desain Produk; Fashion; Film, Animasi dan Video; Musik; Seni Pertunjukan; Penerbitan; Televisi dan Radio; Aplikasi dan Game Developer; Seni Rupa serta Desain Komunikasi Visual.
2. Pelaku industri kreatif di Kecamatan Kedungkandang sebanyak 32 orang/industry.
3. Industri kreatif di Kecamatan Kedungkandang di dominasi oleh subsector kriya berupa kriya berbahan benang atau dikenal dengan kriya rajut. Kemudian diikuti oleh subsector fashion dan kuliner.

4. Kecamatan Kedungkandang berpotensi untuk semakin mengembangkan kriya rajutnya. Hal ini ditunjang dengan terdapatnya "Kampung Rajut" yang berlokasi di Jl. Malikdalam Gg. Al Mi'raj.

5. Masih terdapat subsector industry kreatif yang pelaku industry kreatifnya hanya 1 pelaku. Bahkan ada beberapa industry kreatif yang tidak berkembang sama sekali karena tidak ada pelaku industry kreatifnya. Adapun industry kreatif yang belum berkembang tersebut adalah Arsitektur, Desain Interior; Film, Animasi dan Video; Fotografi; Seni Pertunjukan; Penerbitan; Aplikasi dan Game Developer; serta Periklanan.

Detail hasil pemetaan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Industri Kreatif di Kecamatan Kedungkandang

No	Subsektor Industri Kreatif	Jumlah
1.	Kriya	6
2.	Arsitektur	1
3.	Desain Interior	0
4.	Kuliner	4
5.	Desain Produk	2
6.	Fashion	5
7.	Film, Animasi dan Video	1
8.	Fotografi	0
9.	Musik	3
10.	Seni Pertunjukan	1
11.	Penerbitan	1
12.	Televisi dan Radio	2
13.	Aplikasi dan Game Developer	1
14.	Periklanan	0
15.	Seni Rupa	2
16.	Desain Komunikasi Visual	3
Total		32

Sumber: Data Penelitian (30 September 2019)

Kecamatan Kedungkandang merupakan kecamatan dengan pelaku

industry kreatif terendah di Kota Malang. Di Kecamatan Kedungkandang hanya beberapa subsector industry kreatif yang dapat berkembang dengan baik, yaitu kriya, fashion dan kuliner. Kecamatan Kedungkandang mempunyai potensi untuk mengembangkan kriya, terutama rajut. Hal ini dikarenakan terdapat kampung rajut yang memungkinkan untuk dikembangkan pula sebagai destinasi wisata rajut. Selain itu, perkembangan subsector kuliner juga semakin mengeliat. Hal ini dapat diketahui dengan semakin berkembangnya subsector kuliner yang ditandai dengan banyak bermunculan kafe-kafe yang menyajikan olahan kopi dan makanan.

Menurut Alisjahbana (2009) dalam Ilhamuddin dkk (2018) ekonomi kreatif akan menjadi potensial apabila didukung tiga hal, yaitu *Knowledge Creative* (Pengetahuan yang kreatif), *Skilled Worker* (pekerja yang berkemampuan), *Labor Intensive* (kekuatan tenaga kerja) untuk dapat dipergunakan kepada begitu banyak ruang dalam industri produk kreatif yang terus berkembang di Indonesia, seperti crafts, advertising, publishing and printing, television and radio, architecture, music, design, dan fashion. Mengacu pada pendapat Alisjahbana (2009) dalam Ilhamuddin dkk (2018) permasalahan yang dihadapi di Kecamatan Kedungkandang adalah terbatasnya ketiga hal tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemetaan pada kecamatan Kedungkandang, maka

dapat diketahui bahwa di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang, industry kreatif yang paling banyak memberikan kontribusi pada perekonomian adalah kriya, fashion dan kuliner. Sedangkan yang paling sedikit memberikan kontribusi pada perekonomian adalah subsector arsitektur; film, animasi dan video; seni pertunjukan, penerbitan serta aplikasi dan game developer. Kurang berkembangnya beberapa subsector industry kreatif di Kecamatan Kedungkandang dikarenakan infrastruktur, fasilitas dan sumberdaya manusia yang kurang memadai. Selain itu juga kurangnya akses internet di wilayah tersebut yang dapat mendukung subsector film, animasi dan video juga gane.

Oleh karena itu, untuk penelitian lanjutan, diharapkan dapat membahas lebih detail lagi mengenai subsector yang memberikan kontribusi terbanyak dan paling sedikit. Selain itu, penelitian selanjutnya perlu memfokuskan pada subsector tertentu, agar diperoleh gambaran mendetail tentang subsector tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Bekraf dan BPS. 2017. Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif, Jakarta: Bekraf dan BPS
- BPS Kota Malang. 2018. Kecamatan Kedungkandang Dalam Angka 2018, Malang: BPS Kota Malang
- https://keckedungkandang.malangkota.go.id/profil_trashed/gambaran-umum/
- Ilhamuddin, M., Rusminah, Hilmiahi dan Ahyar, M. (2018). Strategi Pengembangan Industri Kreatif

-
- Sektor Kerajinan Perhiasan Mutiara Di Kota Mataram, *Jurnal Magister Manajemen*, (Maret): 58-69.
- Netting, F. Ellen, Peter M. Kettner dan Steven L. McMurtry. 1993. *Social Work Macro Practice*, New York: Longman.
- Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif, Jakarta: Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
- Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif, Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
- Radar Malang. 2017. Melalui Ekonomi Kreatif, Malang Menjadi Kekuatan Ekonomi Baru Di Jatim. <https://radarmalang.id/melalui-ekonomi-kreatif-malang-menjadi-kekuatan-ekonomi-baru-di-jatim/>. Diakses Tanggal 10 Februari 2019
- Ramdani, Nurhakim. 2015. "Peran Ekonomi Kreatif Dalam Tantangan ASEAN Economic Community 2015", <http://nurhakimramdani.blogspot.co.id>