

LAPORAN AKHIR

DOSEN PEMULA



**Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi
Kawasan Urban Di Kota Palembang**

TIM PENELITI

Dina Mellita, S.E., M.Ec

NIDN : 0206077701

Deni Erlansyah, MM, M.Kom

NIDN : 0215107601

UNIVERSITAS BINA DARMA

NOVEMBER 2013

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DOSEN PEMULA

Judul Kegiatan : Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang
Kode>Nama Rumpun Ilmu : 560 / ILMU EKONOMI
Ketua Peneliti
A. Nama Lengkap : DINA MELLITA M.Ec.
B. NIDN : 0206077701
C. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
D. Program Studi : Administrasi Bisnis
E. Nomor HP : 08127110923
F. Surel (e-mail) : dinamellita@mail.binadarma.ac.id
Anggota Peneliti (1)
A. Nama Lengkap : DENI ERLANSYAH MM.,M.Kom
B. NIDN : 0215107601
C. Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS BINA DARMA
Lama Penelitian Keseluruhan : 1 Tahun
Penelitian Tahun ke : 1
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 14.936.000,00
Biaya Tahun Berjalan :
- ditusulkan ke DIKTI Rp 14.936.000,00
- dana internal PT Rp 0,00
- dana institusi lain Rp 0,00
- inkind sebutkan 0

Mengetahui
Dekan

Palembang, 15 - 3 - 2013,
Ketua Peneliti,



(DINA MELLITA M.Ec.)
NIP/NIK020209171



Menyetujui,
Direktur Lembaga Penelitian

(Prihambodo Hendro Saksono, ST., M.Sc., Ph.D)
NIP/NIK 110109348

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
DAFTAR ISI	
ABSTRAK.....	1
BAB I. Pendahuluan	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	3
1.3.Tujuan Penelitian	4
1.4.Manfaat Penelitian	4
1.6.Luaran	5
BAB II.Tinjauan Pustaka	5
2.1 Industri Kreatif.....	5
2.2 Pengelompokan Industri Kreatif	6
BAB III. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB IV. Metode Penelitian	12
BAB V. Hasil Yang dicapai.....	8
BAB VI. Rencana Tahapan Selanjutnya.....	12
BAB VII. Kesimpulan dan Saran.....	8
BAB VI. Rencana Tahapan Selanjutnya.....	12
Daftar Pustaka.....	13

ABSTRAK

Perkembangan sektor industri ekonomi kreatif di Indonesia telah dimulai sejak 10 tahun terakhir ini. Meskipun demikian, pemahaman masyarakat terhadap sektor ini masih sangat minim. Masyarakat masih belum mengetahui apakah sektor industri kreatif ini serta bagaimana prospek perkembangannya. Dan masih banyak lagi sejuta pertanyaan mengenai sektor industri kreatif. Pertanyaan-pertanyaan tersebutlah yang kemudian menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah sehingga akhirnya dilakukan suatu upaya pemetaan industri kreatif. Mulanya, Departemen Perdagangan RI telah mencatat 14 bidang ekonomi kreatif yang terdiri dari: (1) jasa periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film, dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) music, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, dan (14) riset dan pengembangan. Pemetaan yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan pemetaan-pemetaan sejenis yang telah dilakukan oleh Negara lain maupun organisasi dunia lainnya. Selain melakukan pemetaan, dilakukan pula tinjauan terhadap kontribusi industri kreatif apabila dilihat melalui beberapa sudut pandang, yaitu berdasarkan nilai Produk Domestik Bruto (PDB), berdasarkan Ketenagakerjaan, dan berdasarkan Aktivitas Perusahaan.

Kata Kunci : Industri Kreatif, Kawasan Urban.

BAB I. PENDAHULUAN

Ekonomi Kreatif atau bisa disebut Industri Kreatif merupakan Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Dalam hal ini, industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi.

Di beberapa negara, industri kreatif memainkan peran signifikan. Inggris, yang merupakan pelopor pengembangan ekonomi kreatif, memperlihatkan perkembangan industri kreatif yang signifikan dimana industri tersebut tumbuh rata-rata 9% per tahun. Angka tersebut jauh di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi negara itu yang 2%-3%. Sumbangannya terhadap pendapatan nasional mencapai 8,2% atau US\$ 12,6 miliar dan merupakan sumber kedua terbesar setelah sektor finansial. Ini melampaui pendapatan dari industri manufaktur serta migas. Di Korea Selatan, industri kreatif sejak 2005 menyumbang lebih besar daripada manufaktur. Sedangkan di Singapura ekonomi kreatif menyumbang 5% terhadap PDB atau US\$ 5,2 miliar.

Ekonomi kreatif global diperkirakan tumbuh 5% per tahun, dan diperkirakan akan terus berkembang menjadi US\$ 6,1 triliun tahun 2020. Di Indonesia, walaupun ekonomi kreatif cukup berperan dalam pembangunan ekonomi nasional khususnya dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi kawasan urban. Namun industry ini belum banyak tersentuh oleh campur tangan pemerintah. Hal ini dikarenakan pemerintah belum menjadikannya sebagai sumber pendapatan negara yang penting seperti sektor manufaktur, fiskal, dan agrobisnis. Untuk semakin memaksimalkan potensi industry kreatif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia, perlu untuk dilakukan studi pemetaan mengenai industry kreatif khususnya yang berada di kawasan urban.

Adanya otonomi daerah mengharuskan tiap daerah untuk selalu mengembangkan potensi-potensi ekonomi yang dimilikinya. Kota Palembang sebagai kota yang sedang berkembang juga perlu mengidentifikasi potensi-potensi industry kreatif yang ada. Seiring dengan adanya arus pertumbuhan yang tinggi menyebabkan ekonomi dikawasan urban berkembang sangat kompetitif. Ketidakmampuan kawasan urban untuk beradaptasi dengan tantangan ekonomi akan mematikan aktivitas ekonomi di kawasan ini. Adanya reposisi identitas ekonomi yang lebih inovatif dan unik diharapkan akan mampu membuat kawasan urban dapat bersaing dengan kawasan urban lain.

Untuk meningkatkan potensi ekonomi dikawasan urban Kota Palembang diperlukan adanya pemetaan industry kreatif yang ada di kawasan ini. Sampai saat ini belum ada gambaran yang jelas mengenai kondisi industri kreatif di Kota Palembang yang dapat dijadikan bahan dasar untuk melakukan analisis, pembuatan kebijakan atau pengambilan keputusan yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota ini. Untuk itu, diperlukan adanya studi pemetaan mengenai industry kreatif di Kota Palembang.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa industri kreatif merupakan pilar utama dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif yang memberikan dampak yang positif bagi kehidupan berbangsa dan bernegara. Saat ini belum ada gambaran yang jelas mengenai kondisi industri kreatif di Kota Palembang yang dapat dijadikan bahan dasar untuk melakukan analisis, pembuatan kebijakan atau pengambilan keputusan yang signifikan bagi pertumbuhan industri kreatif di Kota Palembang. Untuk itu perlu dilakukan studi pemetaan mengenai keberadaan dan potensi yang tercermin melalui peta industry kreatif di Kota Palembang.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pemetaan industry kreatif berdasarkan kualifikasi yang ada. Selain itu penelitian ini juga dilakukan untuk membuat profil kontribusi ekonomi industry kreatif di Kota Palembang. Sedangkan luaran yang diharapkan dalam penelitian ini adalah terciptanya profil mengenai industry kreatif di Kota Palembang. Selain itu luaran penelitian ini merupakan kontribusi bagi pihak terkait khususnya pemerintah sebagai acuan dalam meningkatkan peran industry kreatif dalam pembangunan ekonomi nasional.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Industri Kreatif

Industri Kreatif merupakan Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Konsep industry kreatif telah menarik perhatian para peneliti bidang ekonomi selama dua dekade terakhir. Telah banyak kajian yang memfokuskan diri pada kontribusi terhadap perekonomian, khususnya pengaruhnya terhadap pengangguran, pembangunan regional dan dinamika kawasan urban (Andari et al., 2007; Cooke and Schwartz, 2007; OECD, 2006). Beberapa tahun terakhir, peran inovasi dalam industry kreatif diteliti secara lebih mendalam. Dalam hal ini, beberapa ahli menyakini bahwa adanya inovasi dalam suatu perusahaan dapat dikategorikan industry kreatif (Miles and Green, 2008; Wilkinson, 2007; Stoneman, 2007; Handke, 2004, 2006; Galenson, 2006; Green et al., 2007). Sedangkan disisi lain, beberpa kajian memformulasikan peran industry kreatif dalam kontribusinya untuk inovasi dalam perekonomian lebih luas dimana input dari industry kreatif dapat digunakan sebagai proses inovasi dalam industry lain (Bakhshi et al.,2008).

Industri kreatif diindikasikan sebagai bidang yang paling menjanjikan dalam aktivitas perekonomian pada negara maju karena potensi kontribusi yang dimilikinya terhadap kesejahteraan dan penciptaan lapangan kerja. Aktivitas industry kreatif di negara maju tergantung pada kreativitas individu, keterampilan dan bakat. Faktor-faktor itulah yang menjadi indikator utama yang menjadikan negara maju menghasilkan output yang lebih memiliki

intelektual property dibandingkan negara-negara berkembang yang lebih berorientasi pada barang dan jasa material. Permintaan output yang memiliki intelektual property tentunya membutuhkan kualifikasi dan keahlian tertentu dari individu. Hal ini yang menjadi indikator utama di dalam meningkatkan pendapatan per kapita di negara maju.

Awal industry ekonomi kreatif awalnya dimotori oleh Tony Blair pada tahun 1990. Diawali dengan adanya penurunan produktivitas yang terjadi di kota-kota di Inggris. Hal ini disebabkan beralihnya pusat-pusat industry dan manufaktur ke negara berkembang. Negara berkembang disini menjadi pilihan karena menawarkan bahan baku, harga produksi dan jasa yang lebih murah. Tony Blair kemudian membentuk Creative Industry Task Force dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran industry kreatif dalam menyumbang perekonomian negara. Lembaga tersebut berada di bawah Departement of Culture, Media and Sports (DCMS). Pada tahun 1998, DCMS mempublikasikan hasil pemetaan industry kreatif Inggris yang pertama kalinya.

Di Indonesia, industry kreatif didefinisikan sebagai industry yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu. Pemanfaatan untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi serta daya cipta individu tersebut. Fokus pemerintah Indonesia terhadap industry kreatif dimulai tahun 2006.

Ada 14 sub sector industry kreatif, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, music; seni pertunjukkan; penerbitan dan percetakan; layanan computer dan peranti lunak; televisi dan radio; serta riset dan pengembangan. Pertumbuhan ekspor industry kreatif tahun 2006-2009 tercatat 2,9 persen.

Dengan ditunjuknya Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, dan Kementerian Pariwisata untuk mengawasi industry kreatif, kalangan pelaku industry berharap banyak. Pertama, soal kendala pembajakan karya. Dalam hal ini, rendahnya daya beli masyarakat membuat pembajakan atas karya-karya kreatif semakin marak. Akibatnya, ide-ide kreatif seringkali pupus yang pada akhirnya menyebabkan penurunan pada kreativitas.

Kedua, soal kendala pembiayaan. Dengan belum diakuinya aktivitas ekonomi kreatif, pihak perbankan belum menyediakan pembiayaan untuk aktivitas industry ini. Minimnya modal secara tidak langsung akan memangkas kreativitas karena pelaku industry ini akan bekerja berdasarkan pesanan saja, bukan dari gagasan sendiri.

Ketiga, hal ini berkaitan dengan peningkatan kemampuan sumber daya manusia. Dalam hal ini, pendidikan di bidang industry kreatif masih kurang. Padahal, kontribusi ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional terus naik. Peningkatan itu tentunya akan membutuhkan tenaga-tenaga kreatif, inovatif dan andal. Dengan demikian, tidak mungkin tenaga-tenaga kreatif terbentuk tanpa adanya jenjang pendidikan di bidang industry kreatif.

2.2. Pengelompokkan Industri Kreatif

Periklanan	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak dan elektronik
Arsitektur	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan cetak biru bangunan dan informasi produksi antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dll
Pasar seni dan barang antik	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.
Kerajinan	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur, dan besi
Desain	kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.
Desain Fesyen	kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen
Video, Film dan Fotografi	kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi Video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film
Permainan interaktif	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi
Musik	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi music
Seni	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan

Pertunjukan	pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan
Penerbitan & Percetakan	kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.
Layanan Komputer dan piranti lunak	kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak & piranti keras, serta desain portal
Televisi & radio	kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio
Riset dan Pengembangan	kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.



BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara empiris dalam bidang kajian industri kreatif, terutama dalam mengumpulkan database mengenai industri kreatif di Kota Palembang.

MANFAAT PENELITIAN

Secara teoritis hasil penelitian ini bermanfaat untuk:

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi alat evaluasi bagi pihak terkait khususnya pemerintah untuk semakin meningkatkan industri kreatif yang ada di Indonesia khususnya Kota Palembang.

Manfaat Empiris

Secara empiris, penelitian ini bermanfaat untuk:

1. Untuk menguraikan peta industry ekonomi kreatif yang ada di kawasan urban Kota Palembang
2. Untuk menguraikan pola pemetaan industry ekonomi kreatif yang ada di kawasan urban Kota Palembang

BAB 4. METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana gambaran industry kreatif yang ada di Kota Palembang, metode pemetaan yang digunakan adalah metode pemetaan social (social mapping). Dalam

makalah ini pemetaan sosial (social mapping) didefinisikan sebagai proses penggambaran masyarakat yang sistematis serta melibatkan pengumpulan data dan informasi mengenai masyarakat termasuk di dalamnya profile dan masalah sosial yang ada pada masyarakat tersebut. Merujuk pada Netting, Kettner dan McMurtry (1993), pemetaan sosial dapat disebut juga sebagai social profiling atau “pembuatan profile suatu masyarakat”.

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

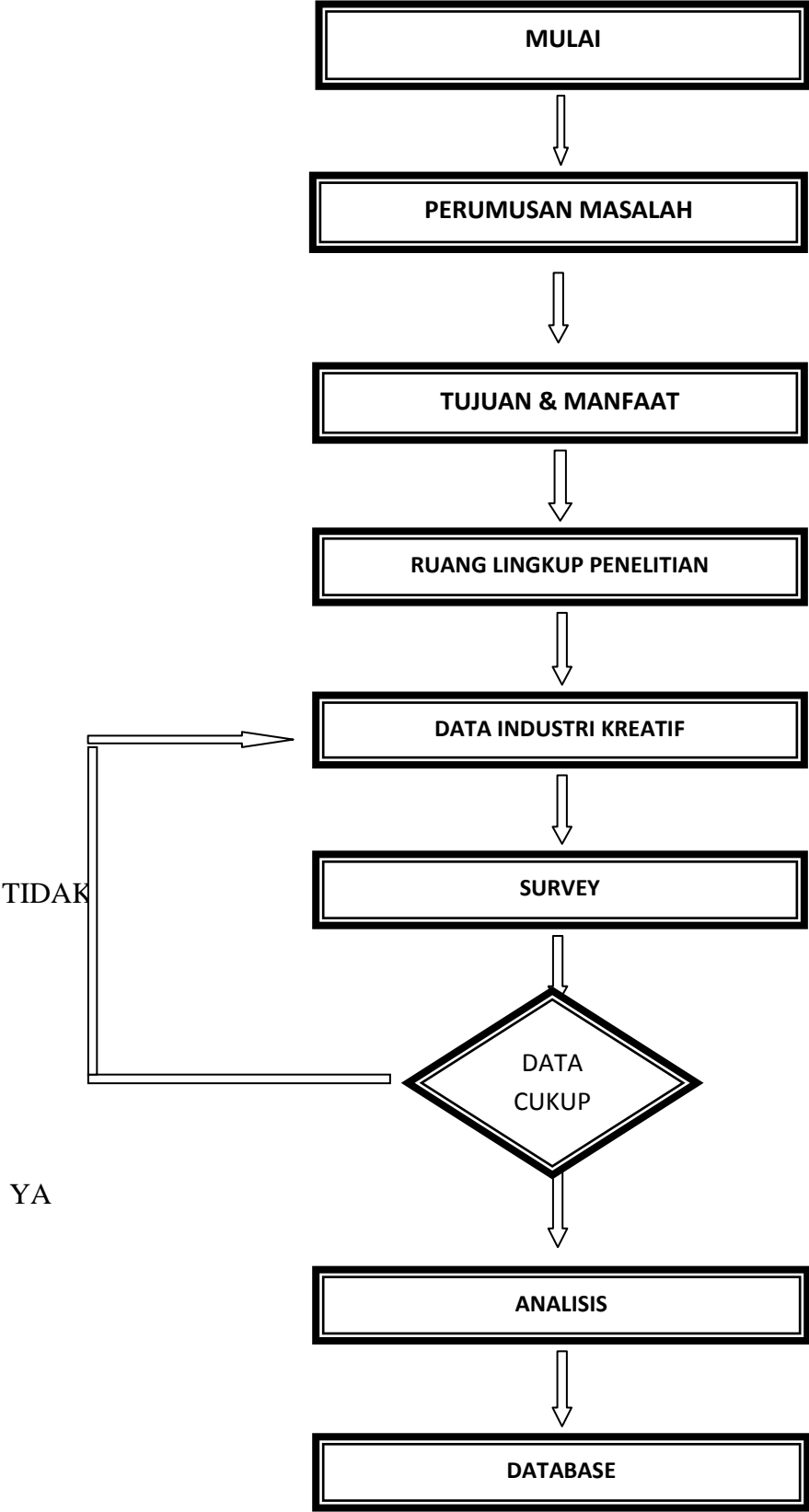
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. *Desk research* yang bersumber dari instansi ataupun departemen terkait, yaitu departemen perindustrian Kota Palembang maupun literature tentang industry kreatif dengan kajian yang dilakukan.
2. Survei singkat ke industry kreatif terpilih untuk mendapatkan data primer sebagai suatu kegiatan verifikasi yang didukung alat bantu kuesioner terstruktur

Sedangkan analisis data yang dilakukan melalui analisis deskriptif baik kualitatif dan kuantitatif.

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Rancangan Penelitian Pemetaan Industri Kreatif



BAB 5 HASIL YANG DICAPAI

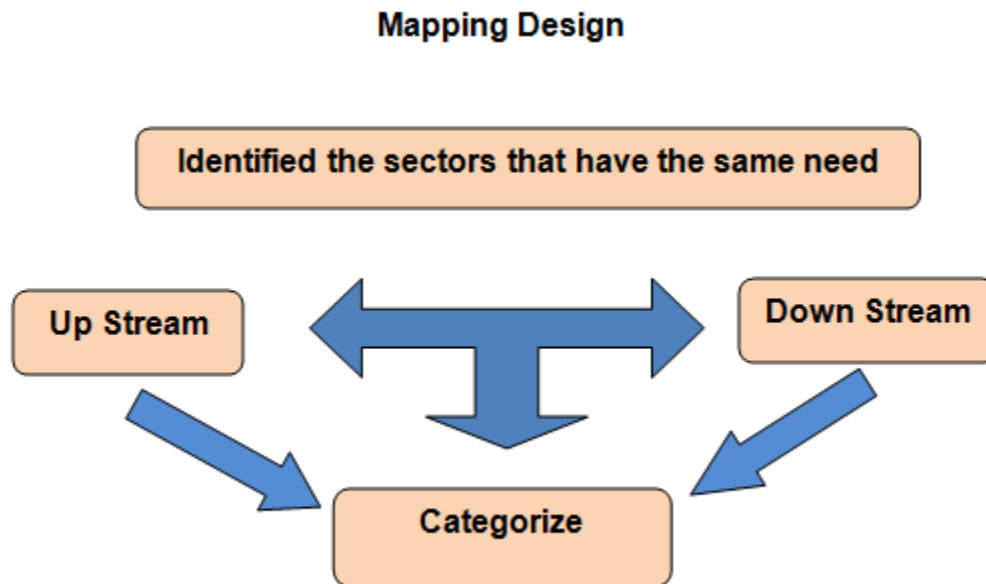
Secara teoritis, pemetaan ini dilakukan peneliti berdasarkan data industri kreatif dan dilakukan secara internal dan independent dan dilakukan berdasarkan langkah strategis pemetaan sosial, yaitu :

1. Membuat batasan wilayah, klasifikasi atau stratifikasi untuk memahami keseluruhan situasi dan posisi relatif dalam konteks yang lebih luas dalam hal ini peneliti membuat batasan dengan pemetaan yang dilakukan hanya dikawasan urban (perkotaan).
2. Membuat profil dari setiap wilayah dan kelompok sosial masyarakat dari pengaruh budaya-budaya luar untuk menjelaskan karakteristik dari populasi dan identifikasi faktor sosial ekonomi yang dapat memengaruhi perkembangan fungsi sosial masyarakat. Dari tahapan ini, peneliti membuat profil industri kreatif khusus kawasan urban di Palembang.
3. Identifikasi masalah, potensi dan indikator dasar yg memberikan gambaran tentang bobot masalah dan strategi alokasi sumber pada setiap wilayah/ kelompok. Dalam hal ini peneliti, melakukan observasi untuk mengidentifikasi masalah, potensi dan indikator dasar yang memberikan gambaran tentang industri kreatif di kawasan urban Palembang

Rancangan Pemetaan Industri Kreatif Kota Palembang

Kawasan urban atau perkotaan adalah wilayah yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat pemukiman perkotaan, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa pemerintah, pelayanan sosial dan kegiatan ekonomi. Karena letaknya yang berada di kawasan perkotaan, industri kreatif seharusnya bisa menjadi solusi masalah-masalah sosial yang selalu terjadi di kawasan perkotaan. Dalam hal ini, industri kreatif bisa terus berkembang dan inovatif. Namun demikian sejak tahun 2008 atau sejak diluncurkannya **Dokumen Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025**, industri kreatif selalu berhadapan dengan permasalahan: i) Akses Permodalan dan ii) Kesiapan SDM untuk Manajemen usaha (termasuk Pemasaran, keuangan dan pemanfaatan teknologi).

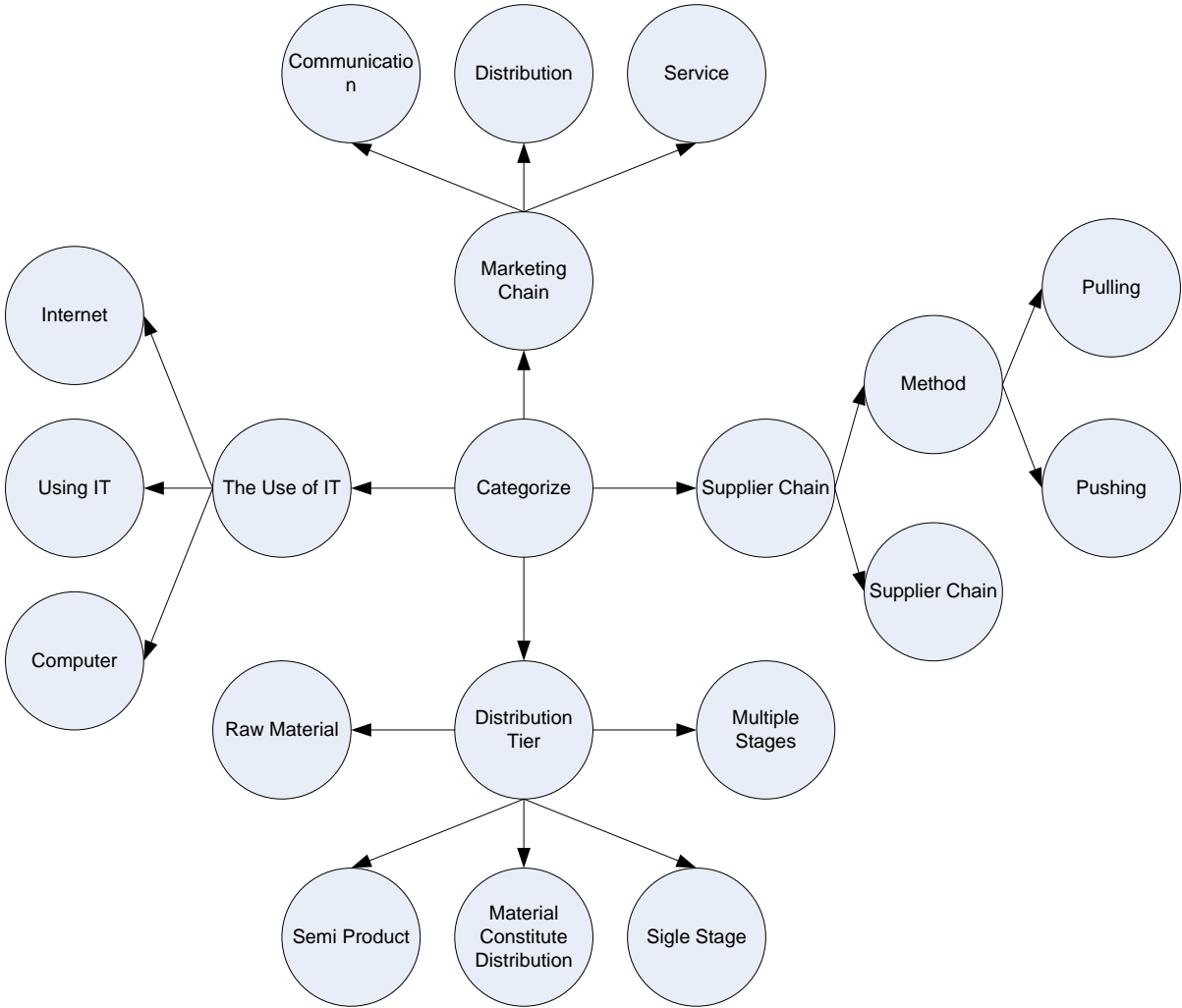
Metode yang digunakan untuk memetakan industri kreatif di kawasan urban di Kota Palembang menitikberatkan pada struktur dan hubungan antar pelaku. Pertama adalah dengan mengidentifikasi sektor-sektor yang memiliki kebutuhan yang sama. Kemudian mengidentifikasi sektor hulu dan hilir masing-masing industri. Kemudian terakhir adalah membuat kategori dari masing-masing industri.



Secara data, Departemen Perdagangan RI telah mencatat 14 bidang ekonomi kreatif yang terdiri dari: (1) jasa periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film, dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) music, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, dan (14) riset dan pengembangan. Pemetaan yang dilakukan tidak jauh berbeda dengan pemetaan-pemetaan sejenis yang telah dilakukan oleh Negara lain maupun organisasi dunia lainnya. Selain melakukan pemetaan, dilakukan pula tinjauan terhadap kontribusi industri kreatif apabila dilihat melalui beberapa sudut pandang, yaitu berdasarkan nilai

Produk Domestik Bruto (PDB), berdasarkan Ketenagakerjaan, dan berdasarkan Aktivitas Perusahaan.

Penelitian ini akan melakukan pemetaan industri kreatif berdasarkan kategori sebagai berikut:



Marketing Chain	Communication	Industri kreatif bidang ini termasuk penjualan pulsa,	
------------------------	---------------	---	--

		warnet, periklanan, desain grafis dan desain komunikasi visual.	
	Distribution	Industri kreatif bidang ini mencakup industri kreatif yang bergerak dibidang logistik dan distribusi, termasuk didalamnya pengiriman barang. distribusi barang (pengecer) serta penjualan online	
	Service	Jasa konsultan, jasa boga, jasa kecantikan,	
The Use of IT	Internet	Meliputi semua industri kreatif baik produk barang maupun jasa yang menggunakan internet pada operasinya	
	Using IT	Meliputi semua industri kreatif yang menggunakan teknologi informasi dalam pengoperasiannya. Untuk menentukan jenis teknologi informasi yang dipakai pada sebuah industri kreatif, perlu dilakukan upaya kreatif dalam menggali ide. Beberapa metode yang bisa dijadikan alternatif adalah <i>brainstorming</i> dan <i>mind map</i> . <i>Brainstorming</i> bukan diskusi biasa yang terkadang bersifat acak dalam menentukan ide-ide kreatif. Tapi ada beberapa teknik dan tatacara tertentu yang harus diikuti. <i>Mind map</i> adalah sebuah metode untuk mengeksplorasi ide dengan media gambar.	
	Computer	Meliputi semua industri kreatif yang menggunakan aplikasi komputer pada usahanya. Diantaranya adalah Periklanan : kegiatan kreatif yang berkaitan	

		<p>dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak dan elektronik.</p> <p>Pasar seni dan barang antik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet. Kerajinan : Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal). Desain: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, produk, kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan. Video, Film dan Fotografi: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi Video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron. Semua efek-efek di dunia akting , animasi, dan penyootingan adegan film semua di rekam dengan perangkat elektronik yang dihubungkan dengan komputer. Animasinya juga di kembangkan mempergunakan animasi yang dibuat dengan aplikasi</p>
--	--	---

		<p>komputer. Permainan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi musik. Seni Pertunjukan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan. Penerbitan & Percetakan : kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita. Percetakan koran, majalah , buku-buku, semua dikerjakan dengan mesin yang di operasikan oleh komputer sehingga dalam waktu singkat bisa mencetak buku atau majalah atau koran dalam jumlah ratusan bahkan jutaan exemplar, bisa menghemat waktu dan biaya, seandainya dikerjakan dengan manual oleh manusia, butuh berapa ribu orang untuk mengetik di kertas koran dan perlu berapa lama untuk menyelesaikan. Televisi & radio: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi penyiaran. Telekomunikasi Seluler : Kehadiran telepon genggam dulu hanya sebatas menggantikan telepon tetap (fixed line) seperti telepon rumah atau kantor saja. Kini telepon seluler sudah menjadi gadget</p>
--	--	--

		<p>multifungsi yang wajib dibawa kemanapun. Bukan hanya komunikasi dengan suara atau teks saja, kini kita bisa dengan mudah saling mengirim gambar atau data dalam waktu singkat menggunakan piranti ini. Perkembangan telekomunikasi seluler memang sangat pesat. Teknologi yang digunakan pun berubah dengan cepat. Terutama teknologi akses data yang kini sudah melesat dengan 3G atau third generation. Sebentar lagi teknologi ini akan digantikan dengan generasi keempat atau 4G. Kecanggihan teknologi ini membuat para pengguna semakin dimanjakan dengan kecepatan akses yang didapatkan. Selain teknologi, faktor penting yang mendorong perkembangan telekomunikasi seluler adalah harga yang semakin murah. Harga handphone menjadi semakin terjangkau setelah ada invasi produk buatan negeri tirai Cina. Perang harga terjadi juga antar operator telekomunikasi seluler. Persaingan ketat memperebutkan market membuat para operator berani menurunkan harga dengan tetap menjaga kualitas pelayanan. Harga tarif komunikasi yang semakin murah membuat masyarakat semakin mudah berkomunikasi tanpa khawatir akan menghabiskan banyak biaya. Kemudahan karena harga tarif yang murah telah memicu tingginya grafik komunikasi seluler di Indonesia. Hal ini membawa dampak positif bagi perkembangan ekonomi.</p> <p>Bidang Pendidikan: Dengan adanya komputer mempermudah bagi pegawai administrasi sekolah untuk membuat kurikulum pengajaran, jadwal pelajaran sekolah, membuat daftar nama siswa, membuat daftar nilai siswa, membuat absen siswa, membuat perhitungan</p>
--	--	---

		<p>gaji pegawai dan membuat perencanaan pengajaran bagi guru-guru sekolah. Mengakses Informasi Pendidikan lewat Internet. Seiring perkembangan jaman Internet telah berkembang ke sekolah-sekolah setingkat kecamatan, sehingga akses informasi pun semakin mudah diperoleh untuk kemajuan pendidikan tiap-tiap sekolah.</p>	
Supplier Chain	Method	Pulling	<p>Yang dimaksud dengan metode push adalah barang di stock di toko-toko dan modern supermarket dari pabrik. Metode ini biasa digunakan untuk semua produk-produk yang ada di carrefour, giant, lottemart, alfamart, indomaret dan toko-toko lainnya. Kelemahannya pihak produsen harus memikirkan inventory dan channel distribusi dengan baik. Melalui metode ini, meliputi identifikasi industri kreatif yang memasukkan barang-barangnya untuk stock di supermarket atau pabrik.</p>
		Pushing	<p>Sedangkan pada metode kedua, metode pull produsen baru akan memproduksi barang apabila ada pesanan. Metode ini bisa dikombinasikan dengan direct sales dimana produsen langsung menjual barangnya. Industri kreatif jenis ini meliputi industri kreatif yang memproduksi barang atau jasa berdasarkan pesanan.</p>
	Supplier Chain		<p>Pertama, terdiri dari bagian upstream</p>

			<p>(hulu) supply chain meliputi aktivitas dari suatu industri kreatif dengan para penyalurannya (yang mana dapat manufaktur, assembler, atau keduanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur second-trier). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam upstream supply chain, aktivitas yang utama adalah pengadaan. Kedua, bagian upstream (hulu) supply chain meliputi aktivitas dari suatu usaha industri kreatif dengan para penyalurannya (yang mana dapat manufaktur, assembler, atau keduanya) dan koneksi mereka kepada para penyalur mereka (para penyalur second-trier). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material. Di dalam upstream supply chain, aktivitas yang utama adalah pengadaan</p>
<p>Distribution Tier</p>	<p>Multiple Stages</p>	<p>Jumlah tingkatan atau stage dalam supply chain adalah tiga, yaitu dimulai dari supplier ke pabrik, pabrik ke pusat distribusi, dan dari pusat distribusi ke konsumen</p>	
	<p>Single Stage</p>		
	<p>Raw Material</p>		

	Material Constitute Distribution		
	Semi Product		

BAB 6 RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Tahapan berikutnya yang dilakukan adalah melakukan pemetaan secara riil. Dalam hal ini pemetaan dilakukan dengan riil, yaitu dengan mengaplikasikan industri kreatif yang berada di kawasan perkotaan kedalam rancangan pemetaan yang telah dideskripsikan sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk mendukung upaya mengidentifikasi dan memahami struktur sosial (sistem kelembagaan dan individu) tata hubungan antar lembaga dan atau individu pada lingkungan sosial tertentu.

Hal ini juga dilakukan untuk mendukung social profiling atau “pembuatan profil suatu masyarakat”. Identifikasi kelembagaan individu dan individu ini dilakukan untuk mendukung penelitian lapangan secara akademik dalam hal mengumpulkan data secara langsung, menginterpretasikan dan menetapkan tata hubungan antara satu dengan lain satuan sosial yang diteliti dalam komunitas industri kreatif yang diteliti.

Identifikasi tata hubungan industri kreatif ini dapat dikaitkan dengan keberadaan pranata sebagai salah satu institusi di dalam kelembagaan sosial atau organisasi sosial dan atau sekitar komunitas yang dimaksud. Identifikasi tata hubungan inilah yang disebut dengan pemetaan atau mapping, yang memberikan gambaran posisi pranata terhadap lembaga lain di dalam komunitas tersebut, sekaligus memberi gambaran bagaimana sifat hubungan antara pranata dengan lembaga-lembaga tersebut. Adapun tujuan utama membuat pemetaan sosial adalah diperolehnya program prioritas dan alokasi sumber dalam penguatan kelompok sosial masyarakat dari pengaruh budaya-budaya luar secara efisien, efektif dan berkelanjutan .

BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa yang ditemui tim peneliti. Dalam masalah administratif belum terdatanya secara rinci industri kreatif pada dinas-dinas terkait menyulitkan tim untuk mendata industri kreatif khususnya yang telah mengaplikasikan green marketing. Sehingga solusi untuk masalah ini adalah dengan melakukan klasifikasi secara manual. Apalagi secara nasional literatur tersebut masih sangat terbatas. Selain itu, literatur yang bersumber dari perpustakaan yang ada di kota Palembang masih sangat terbatas. Solusinya adalah menggali literatur lebih dalam dari website walaupun masih menggunakan teks bahasa inggris.

Hal lain yang menghambat proses penelitian ini adalah masalah organisasi pelaksana, dimana kesulitannya terletak pada internal team pelaksana kami yang masih belum bisa sepenuhnya dalam management waktu dengan baik, sehingga kegiatan-kegiatan keorganisasian dan kegiatan kampus sering terabaikan begitu saja. Pada masalah organisasi pelaksana ini upaya yang kami lakukan dengan menjadwalkan waktu khusus dalam melaksanakan kegiatan penelitian. Disisi lain, masalah yang kami hadapi dalam hal keuangan adalah minimnya dana yang disetujui oleh Dirjen Dikti sehingga program kami kurang berjalan secara optimal. Upaya yang kami lakukan adalah mengatur kembali sistem keuangan yang akan direalisasikan.

1.2. Saran

Dalam hal ini lembaga harus memiliki aturan yang jelas. Lembaga disini adalah dinas terkait yang harus bisa memisahkan kategori industri kreatif yang terkait. Kemudian industri kreatif harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat lokal dan memiliki modal sosial yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Nenny, 2008. "Industri Kreatif", Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal. 144-151

Andari, R., H. Bakhshi, W. Hutton, A. O'Keeffe, P. Schneider (2007), *Staying Ahead: The economic performance of the UK's Creative Industries*, The Work Foundation, London

Anwar, Mokhamad, dkk. 2007. *Identifikasi Sektor Industri dan Peranannya dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Garut*. pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2011/08/Identifikasi_Sektor_Industri.doc (12 Des. 2012)

Bakhshi, H., E. McVittie, J. Simmie (2008), *Creating Innovation. Do the creative industries support innovation in the wider economy?* NESTA Research Report March 2008, London.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008. *Program Kerja Pengembangan industri Kreatif Nasional 2009-2015*, Departemen Perdagangan RI, Jakarta

Green, L., I. Miles, J. Rutter (2007), *Hidden Innovation in the Creative Industries*, NESTA Working Paper, London

Khristianto, Wheny, 2008. "Peluang dan Tantangan Industri Kreatif di Indonesia", Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 5 No.1 hal 33-37.

Zuhrias Nawi, Mengenal Industri Kreatif di Indonesia, diakses tgl 20 Februari 2013, <http://eumkm.com/artikel/mengenal-industri-kreatif-di-indonesia.html>

REKAPITULASI ANGGARAN PENELITIAN

Tabel 3. Rekapitulasi Anggaran Penelitian

No	Jenis Pengeluaran	Jumlah
1	Gaji dan Upah	3.696.000
2	Bahan Habis Pakai dan Peralatan	3.140.000
3	Perjalanan	5.100.000
4	Lain-lain	3.000.000
	Jumlah	14.936.000

1.1 Gaji dan Upah (7 Bulan)

No	Nama Lengkap/Peran/Bidang Keahlian/Tugas	Waktu Jam/Minggu	Honor/Jam (Rp)	Anggaran (Rp)
----	--	------------------	----------------	---------------

1.	Dina Mellita, SE., M.Ec. Ketua Peneliti dan Koordinator seluruh kegiatan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data dan analisis hasil	6	12.000	2.016.000
2.	Anggota Peneliti, membantu ketua peneliti dalam kegiatan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data dan analisis hasil	6	10.000	1.680.000
Jumlah Biaya Gaji dan Upah				3.696.000

1.2 Bahan Habis Pakai dan Peralatan

No	Nama	Spesifikasi	Kegunaan	Rincian	Total
1	Kertas	HVS A4 80 Gram	Penulisan, printing, data, laporan	12 rim @ 40.000	480.000
2	Printer	Laser jet	Cetak laporan, scanning data	Warna dan hitam	700.000
3	Cartdrige	Cartdrige printer	printing	2 buah @ 300.000	600.000
4	Tinta	hitam	printing	5 buah @ 50.000	250.000
5	Tinta	Warna	printing	5 buah @ 50.000	250.000
6	CD	CD-RW	Penyimpanan file data	1 kotak	60.000
7	Flashdisk	16 GB	Penyimpanan data	2 buah @ 150.000	300.000
8	ATK	Perlengkapan pendukung kegiatan	Penulisan arsip untuk mendukung kegiatan penelitian	Pensil, bulpen, penggaris, penghapus, streples + isi, klip, gunting, cutter, dan atk lainnya	500.000
Total					3.140.000

1.3 Biaya Perjalanan

No	Tujuan	Keperluan	volume	Biaya/ satuan (Rp)	Anggaran (Rp)
1	Akomodasi dan operasional di lokasi penelitian	Survey/ observasi, pengambilan data dari berbagai lokasi yang termasuk dalam penelitian	60 hari	85.000	5.100.000
Jumlah biaya perjalanan					5.100.000

1.4 Pengeluaran Lain-lain

No	Uraian	Anggaran (Rp)
1	Penelusuran studi pustaka, fotokopi, dokumentasi kegiatan dan penjiwaan	1.500.000
2	Penyusunan Laporan Hasil	1.000.000
	Administrasi dan surat menyurat	500.000
Jumlah biaya pengeluaran lain-lain		2.000.000

Jumlah biaya penelitian = **Rp 14.936.000,00**

Lampiran 2. Susunan Organisasi Tim Peneliti dan Pembagian Tugas

No	Nama	NIDN	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu Jam/ Minggu	Uraian Tugas
1	Dina Mellita, SE., M.Ec.		Ekonomi	6	Memimpin tim dalam setiap kegiatan dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, termasuk penyusunan laporan penelitian

					dan artikel ilmiah
2	Deni Erlansyah, S.Kom, M.Kom			6	Membantu tugas ketua tim dalam bidang penelusuran pustaka, penyusunan naskah, administrasi, penggunaan dana, penyusunan laporan dan penjiilidan

Lampiran 4. Biodata Tim Peneliti

1.1 Biodata Ketua peneliti

A. Identitas Diri

Nama : Dina Mellita, SE., M.Ec.
 NIK/NIDN : 020209171/0206077701
 Tempat Tanggal Lahir : Surakarta, 6 Juli 1977
 Agama / Jenis Kelamin : Islam / Wanita
 Pangkat/Golongan : Penata Muda Tingkat 1 / IIIb
 Jenjang Fungsional : Asisten Ahli, 150
 Unit Kerja : Dosen tetap yayasan
 Universitas Bina Darma Palembang
 Alamat Kantor : Jalan A Yani No. 12 Plaju Palembang
 E-mail : dinamellita@mail.binadarma.ac.id
 Pendidikan Terakhir : Strata Dua Universiti Kebangsaan Malaysia

B. Riwayat Pendidikan

Jenjang	Strata Satu	Strata Dua
Perguruan Tinggi	Universitas Sriwijaya	Universiti Kebangsaan Malaysia
Bidang Ilmu	Ilmu Ekonomi	Ilmu Ekonomi

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	Daftar Penelitian	Tahun Pelaksanaan	Publikasi	Sumber Dana
1	Building Information Technology Model in SMEs Supply Chain Management	2012	Prosiding	Sendiri
2	Strategi Private Label Untuk memenuhi Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Dalam penjualan Ritel di Kota Palembang	2011	Jurnal MBiA	LPPM Univ. Bina Darma
3	E Commerce and Women Empowerment: Challenge for Women-Owned Small Business in Developing Country	2012	Prosiding	Sendiri

1.2 Biodata Anggota Peneliti

A. Identitas Diri

Nama : Deni Erlansyah, S.Kom, M.Kom
NIK/NIDN : /0215107601
Tempat Tanggal Lahir :
Agama / Jenis Kelamin :
Pangkat/Golongan :
Jenjang Fungsional :
Unit Kerja :

Alamat Kantor :
E-mail :
Pendidikan Terakhir :

B. Riwayat Pendidikan

Jenjang	Strata Satu	Strata Dua
Perguruan Tinggi		
Bidang Ilmu		

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	Daftar Penelitian	Tahun Pelaksanaan	Publikasi	Sumber Dana

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Mellita, SE., M.Ec.
 NIP / NIDN : 020209171/0206077701
 Pangkat / Golongan : Asisten Ahli/ III B
 Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 Alamat : Jl. Balayudha Dalam No. 1047 Rt. 11 Palembang 30128

Dengan ini menyatakan bahwa proposal penelitian saya dengan judul **Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang** yang diusulkan dalam skim penelitian Dosen Pemula untuk tahun anggaran 2013/2014 bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga / sumber dana lain. Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke kas negara. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Palembang, 14 Maret 2013

Ketua Lembaga Penelitian

Mengetahui,

Ketua Peneliti,

P H Saksono, ST, MSc, PhD
NIK : 110109348

Dina Mellita, SE., M.Ec.
NIK : 020209171