

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

Dina Mellita

Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma

dinamellita@mail.binadarma.ac.id

Deni Erlansyah

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma

deni@mail.binadarma.ac.id

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 sertabagaimana 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

ABSTRACT (12pt Times New Roman)

Abstract around 500 words, 1 paragraph only, specifying the objectives of the work, methods, main results, short discussion, and conclusions.

Keywords: maximum 6 keywords.

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 industri 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 industri kreatif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia, perlu untuk dilakukan studi pemetaan mengenai industri 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 industri kreatif yang ada. Seiring dengan adanya arus pertumbuhan yang tinggi menyebabkan ekonomi di kawasan 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.

LANDASAN TEORI, KAJIAN EMPIRIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS (JIKA ADA)

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, beberapa 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 mengawali 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.

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 pameran 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 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, 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.
--	--

METODE

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

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 pemerintahan, 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 pembagian 14 bidang ekonomi kreatif yang telah ditetapkan oleh Departemen Perdagangan RI, yang terdiri dari: jasa periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fesyen, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, music, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan.

Kawasan urban Palembang dibagi menjadi 16 kecamatan dan 107 kelurahan, kecamatan-kecamatan tersebut adalah Alang-alang lebar, Bukit Kecil, Gandus, Ilir Timur I, Ilir Timur II, Ilir Barat I, Ilir Barat II, Kalidoni, Kemuning, Kertapati, Plaju, Sako, Sebrang Ulu I, Sebrang Ulu II, Sematang Borang dan Sukarampe

.

Tabel 1
Industri Kreatif Di Kawasan Urban Palembang

	Alang- Alang Lebar	Bukit Kecil	Gandus	IT 1	IT2	IB1	IB2	Kalid oni	Kemuni ng	Kerta pati	Plaj u	Sako	SU 1	SU 2	Sematang Borang	Sukara me
Periklanan	3			4	6	2			3		1			1		4
Arsitektur					1				1		1					2
Pasar Seni & Brg Antik																
Kerajinan		3	2	3	5	4	3	1			3	2	1		1	2
Desain			2		3		2									2
Desain Fesyen									2		1		1			
Video, Film dan Fotografi	2	1	1	3	3	3	2	2	1		2	3	2	3		2
Permainan Interaktif			2													
Musik							1						1			
Seni dan Pertunjukkan				2												
Penerbitan & Percetakan	3	2			9	4	6	2	2	2	5	2	1	3	3	7
Layanan komputer & Peranti Lunak	16	8	2	6	9	6	7	4		12		6	2	4		13
TV & Radio	1				2	1	1	1								
Riset & Pengembangan																

Meskipun industri kreatif telah dikembangkan selama 10 tahun terakhir ini, namun pemahaman instansi terkait akan pentingnya industri ini masih sangat minim. Hasil observasi dilapangan menemukan bahwa instansi terkait masih membagi industri yang ada berdasarkan skala. Padahal jika instansi terkait juga membagi berdasarkan jenis industri kreatif, maka industri ini memiliki potensi menjadi salah satu lapangan usaha yang dapat dikembangkan untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian nasional (PDB) dan pengurangan tingkat pengangguran.

Dari hasil pemetaan juga dapat terlihat bahwa jumlah industri layanan komputer dan peranti lunak memiliki kontribusi yang cukup tinggi dibandingkan sektor-sektor lain. layanan komputer dan peranti lunak meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk didalamnya jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan database. Tingginya minat masyarakat akan teknologi informasi serta pesatnya perkembangan teknologi informasi ini menyebabkan tingginya kontribusi sektor ini dibandingkan sektor lain.

Sektor kedua yang memiliki kontribusi tinggi dalam keberadaannya dikawasan Urban Palembang adalah penerbitan dan percetakan. Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film. Namun setelah diidentifikasi melalui observasi dilapangan, kriteria penerbitan dan percetakan yang banyak dilakukan adalah penerbitan formulir, poster, spanduk, undangan, formulir serta barang cetakan lainnya.

Kemudian Video, Film dan Fotografi merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi,

sinetron, dan pameran film. Aktivitas video, film dan fotografi yang paling banyak dilakukan oleh industri kreatif ini adalah kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi untuk kegiatan ataupun acara-acara tertentu.

Industri kreatif yang juga banyak dilakukan kawasan urban Palembang adalah kerajinan. Secara konsep dasar, kerajinan merupakan 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). Kerajinan yang banyak dilakukan di kawasan ini adalah kerajinan tenun songket dan souvenir songket. Sebagai salah satu daerah yang terkenal akan kain tenun songket, menjadikan jenis kerajinan ini banyak dilakukan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan industri kreatif yang berada di kawasan urban Kota Palembang. Kawasan perkotaan (urban) adalah wilayah yang mempunyai kegiatan utama bukan pertanian dengan susunan fungsi kawasan sebagai tempat permukiman perkotaan, pemusatan dan distribusi pelayanan jasa pemerintahan, pelayanan sosial, dan kegiatan ekonomi. Hasil observasi di lapangan menunjukkan belum adanya dukungan dan tingkat pengetahuan yang masih minim dari instansi terkait mengenai industri kreatif. Hal ini dikarenakan belum dibaginya sektor-sektor industri kreatif yang ada berdasarkan 14 bidang ekonomi kreatif. Hasil pemetaan memperlihatkan bahwa di kawasan urban Palembang industri kreatif yang paling banyak dilakukan adalah layanan komputer dan piranti lunak, penerbitan dan percetakan, video, film dan fotografi, kerajinan dan periklanan.

Untuk kedepannya, perlu dilakukan pemetaan yang lebih baik lagi dan didukung oleh dinas serta instansi terkait. Dengan melakukan pemetaan dengan teknologi yang

lebih baik serta adanya dukungan dari instansi terkait diharapkan industri kreatif di tiap kawasan urban akan semakin berkembang sehingga dapat lebih berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan mengurangi tingkat pengangguran.

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>