

## **Pengembangan Wilayah Subsektor Industri Kreatif dengan *Location Modelling Simulation* di Kabupaten Jember**

*Development of Creative Industry Sub-Sector Areas with Location Modeling Simulation in Jember Regency*

**Deltaningtyas Tri Cahyaningrum <sup>\*1</sup>, Gama Wisnu Fajarianto <sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Departement Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

<sup>2</sup> Departement Informatika, Universitas Jember

\* [deltaningtyas@polije.ac.id](mailto:deltaningtyas@polije.ac.id)

### **ABSTRAK**

Industri kreatif memiliki kontribusi yang besar terhadap PDB suatu negara. Peningkatan kontribusi pada PDB dapat dilakukan dengan pengidentifikasian subsector industri kreatif terhadap wilayah. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang pengklasifikasian subsector industri kreatif dengan tiga klasifikasi yaitu subpotensi tinggi, sedang dan rendah, penelitian ini bertujuan untuk memaksimalkan kontribusi dengan memetakan wilayah berdasarkan subpotensi industri kreatif. Pengembangan dilakukan dengan memetakan wilayah pendapatan yang sama dengan subpotensi subsector industri kreatif. Empat kriteria yang digunakan pada pemetaan ini dengan *location modeling simulation* adalah simulasi *location modelling* dengan menggunakan empat kriteria, yaitu kemudahan menuju industri kreatif antar wilayah; kemudahan konsumen dalam menjangkau industri kreatif berdasarkan jumlah usaha, pendapatan di wilayah serta transportasi; jumlah sektor pariwisata serta wisatawan yang berkunjung; dan pengaruh penduduk yang berpendidikan serta perguruan tinggi, pendapatan di wilayah, serta pengangguran. Hasil dari penelitian adalah mendapatkan prioritas pengembangan wilayah yang memiliki nilai pendapatan rendah dan sedang berdasarkan subsector industri kreatif yang memiliki nilai atau peluang yang tinggi. Berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpengaruh signifikan terhadap industri kreatif.

**Kata kunci** — pemetaan, pengembangan, industri kreatif, *location modelling*

### **ABSTRACT**

The creative industry has a large contribution to a country's GDP. Increasing the contribution to GDP can be done by identifying the creative industry subsector to the region. Based on the results of previous research on classifying the creative industry subsector into high, medium and low subpotentials, this study aims to maximize contributions by mapping areas based on creative industries. The development of creative industry areas is carried out by mapping isoincome areas with creative industry sub-sectors. This mapping is done by simulating location modeling using four criteria, namely access to creative industries between regions; access to creative industry consumers based on the number of businesses, regional per capita income, and transportation; the influence of education, unemployment and regional per capita income; and tourism sector. The result of the research is to get the development priority areas with low and moderate-income values based on the creative industry sub-sector with high value or opportunities. Based on the research results, it is suggested to add other variables that have a significant effect on the creative industry.

**Keywords** — mapping, developing, creative industry, *location modelling*

## 1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif atau yang disebut juga industri kreatif sangat berperan penting dalam perekonomian dunia [1]. Berdasarkan data Travel & Tourism Development Index 2021, kontribusi industri kreatif terhadap PDB (produk domestik bruto) terbesar adalah negara Jepang. Di tahun 2020, sektor ekonomi kreatif di Jepang mengalami kenaikan kontribusi terhadap PDB sebesar 31,8% sedangkan kenaikan PDB keseluruhan hanya 0,7% [2]. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memberikan kontribusi yang signifikan bagi negara. Hal ini juga mempengaruhi negara Indonesia. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB di negara Indonesia sebesar 7,44% atau setara dengan Rp 1.105 Triliun berdasarkan data Bekraf OPUS Ekonomi Kreatif 2019. Adanya peningkatan tersebut bukan hanya mempengaruhi PDB tetapi juga tenaga kerja. Di tahun 2019 sebanyak 17 juta tenaga kerja yang bekerja di bidang ekonomi kreatif [3]. Walaupun memberikan banyak pengaruh, ekonomi kreatif di Indonesia belum maksimal sehingga Indonesia hanya menduduki posisi 32 dari 117 negara menurut WEF [2].

Industri kreatif di Indonesia menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki 17 subsektor saat ini yang sebelumnya hanya 16 subsektor. Subsektor unggulan di Indonesia adalah kuliner, fashion, dan kriya. Untuk subsektor prioritas adalah permainan, musik, aplikasi, dan film, animasi, video. Sepuluh subsektor yang lainnya yang tidak dalam dua kategori tersebut adalah periklanan, arsitektur, penerbitan, desain komunikasi visual, fotografer, desain produk, seni pertunjukan, desain interior, seni rupa, dan televisi serta radio. Semua subsektor tersebut yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini.

Dilihat dari posisinya, hal utama yang harus dilakukan adalah penguatan industri kreatif pada setiap daerah atau wilayah [4]. Pengklasifikasian industri kreatif menjadi sub potensial pada daerah telah diteliti sebelumnya [1]. Dari hasil tersebut menunjukkan kategori sub potensial pada industri kreatif yang dibagi menjadi tiga potensi yaitu subsector dengan potensi tinggi, sedang, dan rendah atau tidak ada potensi. Untuk pemetaan industri kreatif spasial

pada setiap daerah tidak terdapat pada penelitian sebelumnya. Pengidentifikasi pada pemetaan diteliti agar pemerintah mengetahui hubungan setiap wilayah dengan subpotensi industri kreatif. Tujuan ini sesuai dengan rencana pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025[5].

Penelitian terdahulu tentang klasifikasi atau pemetaan industri kreatif terdapat beberapa pendapat. Untuk melihat bentuk spasial industri kreatif di Indonesia, penelitian terdahulu memakai SEM dan LQ (*location quotient*). Hal ini menunjukkan kreatifitas pemuda dan Pendidikan sangat mendukung industri kreatif. Dari hasil tersebut belum signifikan dan dibutuhkan penelitian pada wilayah kecil [6]. Pemetaan wilayah secara spasial dilakukan di Swedia dengan menggunakan analisis ekonometrika dan model *spatial equilibrium* [7].

Penelitian ini sama seperti penelitian sebelumnya, yaitu fokus penelitian di Jawa Timur. Pemilihan ini berdasarkan hasil data Badan Ekonomi Kreatif yang menyatakan bahwa Jawa Timur berada di peringkat empat dalam penyumbang PDB terbesar serta peringkat kedua dalam penyumbang ekspor di Indonesia [3]. Jember menjadi fokus pada penelitian ini dikarenakan sesuai dengan data dan roadmap Kabupaten Jember dalam pengembangan ekonomi kreatif [8]

Tujuan dari penelitian ini yaitu memetakan wilayah berdasarkan pendapatan yang sama atau *isoincome*. Wilayah yang dipetakan diharapkan dapat menaikkan PDRB berdasarkan prioritas pengembangan wilayah dengan industri kreatif. Pengembangan dilakukan dengan memetakan wilayah dan subsektor industri kreatif. Penggabungan atau pemasangan dilakukan agar pemerintah mendapatkan hasil wilayah yang estimasi pendapatan rendah dan sedang dipasangkan dengan subsector apa.

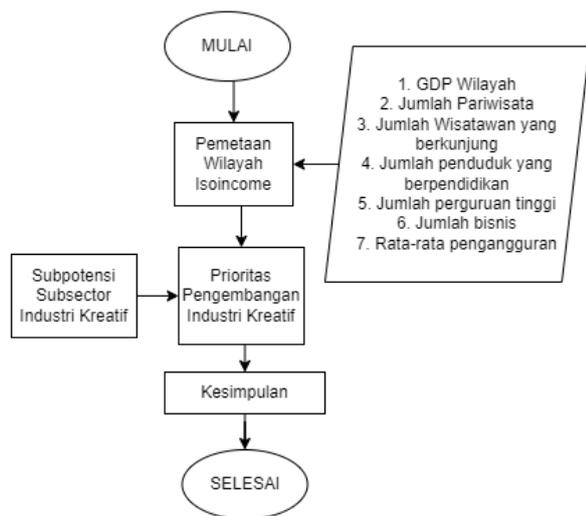
Pemetaan wilayah berdasarkan *isoincome* akan menggunakan metode pemodelan lokasi atau *location modeling*. Terdapat empat kriteria yang digunakan dalam pemetaan ini, yaitu hubungan jalur industri kreatif diantara setiap wilayah; kemudahan konsumen untuk mendapatkan industri kreatif berdasarkan jumlah usaha, transportasi dan pendapatan di wilayah tersebut; banyaknya penduduk yang berpendidikan serta perguruan tinggi,



pengangguran, serta pendapatan wilayah tersebut. Kriteria terakhir adalah pada sector pariwisata.

## 2. Metodologi

Metodologi pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dan studi kepustakaan. Metode yang dilakukan pertama kali pada penelitian ini adalah studi literatur. Didapatkan bahwa pengidentifikasian industri kreatif harus lebih optimal dengan melakukan pemetaan wilayah *isoincome* dengan subpotensi subsector industri kreatif. Penelitian tentang subpotensi subsector industri kreatif telah dilakukan sebelumnya[1]. Selanjutnya melakukan pengumpulan data untuk pemetaan wilayah *isoincome* ataupun pengembangannya. Data yang digunakan adalah data primer dan juga data sekunder. Langkah selanjutnya ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metodologi Penilitin

### 2.1. Pemetaan Wilayah dengan Pendapatan yang sama (*Isoincome*)

Dilakukan pemetaan berdasarkan dengan pendapatan per kapita wilayah. Metode ekonometrika akan digunakan dalam pemodelan lokasi tersebut. Kriteria yang akan diperhitungkan dalam metode tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Kemudahan akses dari setiap industri kreatif ke yang lain. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pada masing-masing subsector bukan hanya satu

subsector[4]. Dari kriteria ini dimungkinkan terjadi penemuan ide kreatif yang baru atau berbagi ilmu atau konsumen antar industri kreatif. Pada kriteria ini mempertimbangkan faktor jumlah bisnis, jarak wilayah satu dengan lainnya, serta jumlah transportasi pada wilayah tersebut yang dimasukkan dalam persamaan (1).

$$a_i^x = (\sum_i^k f(d_{ij})x_j + t_j)y_j \quad (1)$$

Keterangan:

$a_i^x$  = akses industri kreatif x ke wilayah i

$f(d_{ij})$  = jarak yang ditempuh antara wilayah i ke wilayah j

$x_j$  = jumlah usaha industri kreatif di wilayah j

$t_j$  = jumlah alat transportasi di wilayah j

$p$  = pendapatan pada wilayah i

Dari persamaan (1), akses industri kreatif pada wilayah satu dengan yang lain semakin mudah ketika jaraknya pendek dan memiliki moda transportasi yang banyak. Persamaan (1) dimodifikasi dari penelitian terdahulu yaitu di wilayah yang mengalokasikan atau memetakan artis [7].

- b. Kemudahan akses konsumen. Kriteria ini sangat penting karena konsumen akan memperhatikan jarak dan juga biaya transportasi untuk menempuh subsector industri kreatif tersebut. Data yang mendukung kriteria ini adalah jumlah bisnis subsector industri kreatif, transportasi untuk menuju wilayah tersebut, dan juga pendapatan setiap wilayah. Data tersebut akan dimasukkan dalam persamaan (2).

$$D_i = ky_i^y / x_i \quad (2)$$

Keterangan:

$D_i$  adalah permintaan di wilayah i

$y_i$  adalah PDRB di wilayah i

$x_i$  adalah jumlah usaha industri kreatif di wilayah i.

Persamaan kriteria kedua, dijelaskan bahwa nilai pendapatan meningkat dan jumlah usaha/bisnis di suatu wilayah juga meningkat, konsumen akan semakin banyak yang mendapatkan industri kreatif. Sehingga nilai D kecil.

c. Pengaruh Pendidikan atau jumlah penduduk yang berpendidikan serta perguruan tinggi, pengangguran, serta pendapatan wilayah. Pada kriteria ini memfokuskan pada kualitas penduduk. Penduduk yang berkualitas menjadi hal penting dalam industri kreatif. Pendidikan penduduk yang tinggi atau dekat dengan perguruan tinggi akan menghasilkan peluang bagi industri kreatif atau ide kreatif [9]. Ketika banyak peluang tersebut, maka akan menambah pendapatan wilayah serta mengurangi pengangguran. Data yang digunakan untuk menggambarkan kriteria ini adalah jumlah penduduk berpendidikan paling rendah SMA/SMK, perguruan tinggi, dan rata-rata pengangguran di suatu wilayah. Pada kriteria ini menghasilkan persamaan (3).

$$y_i = \frac{u_i p_i}{r_i} \quad (3)$$

Keterangan:

$u_i$  = jumlah universitas/perguruan tinggi di wilayah  $i$   
 $p_i$  = jumlah penduduk yang minimal lulusan pendidikan SMA/SMK di wilayah  $i$   
 $r_i$  = rata-rata pengangguran di wilayah  $i$

Dari persamaan (3) disimpulkan bahwa pendapatan di wilayah akan meningkat jika rata-rata pengangguran menurun dan jumlah universitas meningkat.

d. Pengaruh Sektor Pariwisata. Sektor pariwisata yang akan digunakan pada kriteria ini adalah obyek wisata serta jumlah wisatawan yang datang ke wilayah tersebut. Kedua hal tersebut dipilih karena dapat memberikan peluang penambahan pendapatan bagi wilayah tersebut. Sehingga hal tersebut dapat digambarkan dalam persamaan (4):

$$P_i = (o_i + w_i)c_i \quad (4)$$

Keterangan:

$P_i$  = pendapatan sektor pariwisata di wilayah  $i$   
 $o_i$  = jumlah objek wisata di wilayah  $i$   
 $w_i$  = jumlah wisatawan yang berkunjung di wilayah  $i$   
 $c_i$  = rata-rata biaya pariwisata

Dari seluruh kriteria akan dimasukkan dalam perhitungan *location modelling* pada persamaan 5:

$$lm_i = a_i^x - D_i + y_i + P_i \quad (5)$$

Semakin tinggi nilai *location modelling* menjelaskan wilayah memiliki penghasilan yang tinggi begitu pula sebaliknya. Model ini menggambarkan nilai ekonometrika pada setiap wilayah kecamatan di Kabupaten Jember. Dari itu akan dipetakan wilayah *isoincome* rendah, sedang, dan tinggi. Wilayah *isoincome* tinggi dengan nilai PDRB > Rp 1,25 T, sedang dengan nilai antara Rp 750 Miliar dan Rp 1,25 Triliun, serta *isoincome* rendah dengan nilai PDRB < Rp 750 Miliar. Hasil ini nantinya akan divalidasi dengan nilai wilayah *isoincome* sebelum nilai estimasi dengan pemetaan nilai rendah < Rp 550 Miliar (berwarna merah), sedang antara Rp 550 Miliar dan Rp 1 Triliun (berwarna hijau), tinggi > Rp 1 Triliun (berwarna kuning).

## 2.2. Pengembangan Industri Kreatif yang Diprioritaskan

Pemetaan ini dengan penginduksian klasifikasi subpotensi subsektor industri kreatif dan wilayah *isoincome*. Adapun langkah-langkah pada pengembangan ini adalah (1) subsektor industri kreatif pada setiap wilayah atau kecamatan dipetakan. (2) wilayah yang berada pada *isoincome* rendah serta sedang berdasarkan hasil estimasi dan memiliki subsektor yang berpotensi sedang atau tinggi diambil salah satu. (3) pengambilan data atribut berupa PDB, investasi, bisnis, ekspor, dan tenaga kerja pada setiap subsektor industri kreatif. (4) dilakukan perhitungan data aktual dengan pers (5).

$$data\ aktual_{i,j} = estimasi\ PDRB\ wilayah\ isoincome_i + P_{i,j} - (tenaga\ kerja_{i,j} pendapatan\ perkapita) \quad (5)$$

Hasil penggabungan nantinya akan dilakukan simulasi untuk melihat pengaruh ketika terfokus pada subsektor tersebut. Setelah melakukan pemetaan dan hasil prioritas, selanjutnya dilakukan analisis terhadap hasil serta kesimpulan pada penelitian.

## 3. Pembahasan

Berdasarkan penelitian sebelumnya, didapatkan bahwa pengklasifikasian subsektor industri kreatif berdasarkan lima atribut terbagi

menjadi tiga klasifikasi. Subsektor industri kreatif yang memiliki subpotensial rendah terdapat tujuh sektor, yaitu aplikasi & permainan; arsitektur; Desain Komunikasi Visual; produk; film, video dan animasi; fotografi/pemotretan; periklanan. Tujuh subsektor lain yaitu Desain Interior; Fashion; Musik; Penerbitan/Percetakan; Seni Pertunjukkan; televisi dan radio, serta Seni Rupa memiliki subpotensial tinggi. Subsektor yang lainnya merupakan subsektor dengan subpotensial sedang, yaitu kriya dan kuliner.

Pada penelitian ini akan memetakan wilayah berdasarkan *isoincome*. Hasil pemetaan sebelum menggunakan empat kriteria ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pemetaan Wilayah Isoincome

No	Kecamatan	No	Kecamatan
1	Sukorambi	16	Umbulsari
2	Jelbuk	17	Kencong
3	Sumberjambe	18	Jenggawah
4	Pakusari	19	Gumukmas
5	Patrang	20	Balung
6	Mayang	21	Kaliwates
7	Jombang	22	Silo
8	Sembo	23	Kalisat
9	Mumbulsari	24	Rambipuji
10	Ledokombo	25	Tanggul
11	Arjasa	26	Sumberbaru
12	Sukowono	27	Bangsalsari
13	Panti	28	Ambulu
14	Tempurejo	29	Wuluhan
15	Ajung	30	Puger
		31	Sumbersari

Untuk hasil nilai ekonometrika pemetaan wilayah dengan pendapatan yang sama dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Estimasi Pemetaan Wilayah

No	Kecamatan	All (*000)
1	Mumbulsari	Rp 6.405.127,39
2	Gumukmas	Rp 13.769.878,64
3	Tempurejo	Rp 39.452.042,80
4	Balung	Rp 44.863.946,76

No	Kecamatan	All (*000)
5	Sembo	Rp 71.156.225,10
6	Kencong	Rp 101.949.659,76
7	Ledokombo	Rp 137.142.900,67
8	Mayang	Rp 153.549.284,41
9	Ambulu	Rp 257.533.501,26
10	Sukorambi	Rp 505.743.884,00
11	Silo	Rp 703.340.548,50
12	Wuluhan	Rp 802.029.259,57
13	Puger	Rp 961.798.886,48
14	Jelbuk	Rp 4.682.639.386,18
15	Patrang	Rp 6.414.509.365,94
16	Pakusari	Rp 12.265.643.685,01
17	Sumberjambe	Rp 21.891.160.333,32
18	Arjasa	Rp 34.383.073.778,02
19	Tanggul	Rp 58.725.475.400,74
20	Jombang	Rp 60.743.341.179,30
21	Kalisat	Rp 105.587.118.564,19
22	Sumberbaru	Rp 111.518.512.640,65
23	Panti	Rp 114.675.376.436,07
24	Ajung	Rp 115.762.886.429,11
25	Sukowono	Rp 122.765.777.073,48
26	Bangsalsari	Rp 146.853.021.703,02
27	Jenggawah	Rp 167.939.547.898,43
28	Umbulsari	Rp 226.100.945.518,16
29	Rambipuji	Rp 356.469.500.870,44
30	Kaliwates	Rp 613.632.753.933,95
31	Sumbersari	Rp 2.147.283.359.773,97

Tabel 2 merupakan nilai estimasi ekonometrika pada *location modelling* yang dihitung dengan pers (5). Nilai tersebut didapatkan dengan melakukan perhitungan pada setiap kriteria. Pada hasil kriteria pertama, yaitu kemudahan akses dari industri kreatif ke yang lain, kecamatan Sumbersari memiliki nilai estimasi yang tinggi yaitu ± Rp 2 Triliun. Nilai ini didapatkan dari pers (1). Nilai estimasi tersebut menggambarkan bahwa kemudahan akses industri kreatif di wilayah satu dengan yang lain pada kecamatan tersebut sangat mudah. Hal ini didukung oleh jumlah moda transportasi terbanyak serta memiliki nilai PDRB yang tinggi.

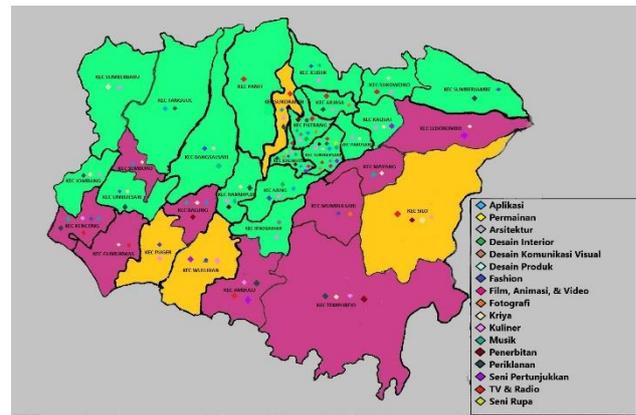


Untuk kriteria kemudahan akses konsumen, nilai estimasi yang diambil adalah nilai terkecil. Nilai estimasi dihitung berdasarkan pers (2). Semakin nilai yang dihasilkan terkecil, akses konsumen akan semakin mudah. Artinya, ketika jumlah bisnis meningkat, kriteria kedua akan terus berkurang. Wilayah yang memiliki nilai terkecil adalah kecamatan Patrang sebesar Rp 57.742. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pendapatan yang hilang dari konsumen sebesar itu jika ada konsumen yang tidak dapat mengakses.

Kecamatan yang memiliki pengaruh terbesar pada kriteria ketiga adalah kecamatan Kaliwates. Nilai estimasi tertinggi didapatkan dari pers (3) yang didukung oleh rata-rata pengangguran di kecamatan Sumber sari yang lebih besar dari kecamatan Kaliwates. Walaupun jumlah penduduk yang berpendidikan tinggi pada kecamatan Summersari adalah yang paling tinggi. Sehingga kecamatan Summersari sedikit memiliki pengaruh dari kecamatan Kaliwates.

Pada kriteria terakhir, nilai estimasi yang diambil adalah yang tertinggi. Semakin nilai ekonometrika tinggi, maka PDRB pada wilayah itu juga akan semakin tinggi. Hal ini sesuai dengan perhitungan dengan pers (4). Wilayah yang memiliki nilai estimasi tertinggi adalah kecamatan Ambulu dan Arjasa untuk kriteria pariwisata. Didukung dengan jumlah objek wisata yang banyak serta biaya masuk pariwisata yang murah. Hasil pada Tabel 2, menjelaskan bahwa estimasi PDRB tertinggi pada kecamatan Summersari mengindikasikan bahwa seluruh kriteria mempengaruhi peningkatan atau penurunan PDRB di wilayah tersebut.

Setelah mendapatkan hasil pemetaan wilayah *isoincome*, selanjutnya melakukan pengembangan pada industri kreatif. Sesuai dengan langkah pada subbab 2.2. Gambar 2 menunjukkan tentang pemetaan industri kreatif di setiap wilayah.



Gambar 2. Pemetaan Wilayah Pendapatan Sama Berdasarkan Subsektor Industri Kreatif

Pada Gambar 2, dapat dilihat bahwa wilayah yang berwarna *pink* adalah wilayah dengan pendapatan wilayah yang rendah dan warna hijau adalah wilayah yang memiliki pendapatan tinggi. Untuk melakukan prioritas pengembangan, wilayah yang memiliki pendapatan sama rendah atau sedang dipasangkan dengan salah satu subsektor yang berpotensi sedang ataupun tinggi.

Wilayah yang akan dijadikan contoh adalah Kecamatan Ambulu. Kecamatan Ambulu dipasangkan dengan seni pertunjukan yang merupakan subsektor industri kreatif yang tinggi. Hasil pemetaan ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pemetaan Wilayah yang PDRB sama rendah dengan Subsektor Industri Kreatif Tinggi

Atribut Subsektor Industri Kreatif	Ambulu	
	High	
	Kuliner	Seni Pertunjukan
Bisnis	2	2
Pendapatan (*000)	Rp 149.853.389,00	Rp 257.695.789,83
Ekspor		
Tenaga Kerja	8	28
Investasi		
Data Aktual (*000)	Rp 406.373.290,26	Rp 514.179.691,09

Dari hasil pemetaan pada Tabel 3, dilakukan perhitungan pada pers (5) yang

menghasilkan nilai PDRB aktual Rp 504 Miliar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecamatan Ambulu telah masuk dalam wilayah dengan pendapatan sedang karena memiliki data aktual antara Rp 550 Miliar dan Rp 1 Triliun. Sehingga, untuk pengembangan prioritas wilayah subsektor industri kreatif pada kecamatan Ambulu adalah pada Seni Pertunjukkan. Pada wilayah dengan pendapatan sedang yang akan dicontohkan adalah kecamatan Sukorambi. Hasil dari pemetaan ditunjukkan pada Tabel 4. Dari hasil tersebut, kecamatan Sukorambi berubah menjadi wilayah *isoincome* tinggi karena PDRB data aktual lebih dari Rp 1 Triliun. Sehingga pemerintah dapat fokus pada pengembangan subsektor industri kreatif kuliner di Kecamatan Sukorambi.

Tabel 4. Hasil Pemetaan Wilayah PDRB Sedang dengan Subsektor Industri Kreatif Tinggi

Atribut Subsektor Industri Kreatif	Sukorambi
	High
	Kuliner
Bisnis	29
Pendapatan (*000)	Rp 1.704.429.157,14
Ekspor	
Tenaga Kerja	96
Investasi	
Data Aktual (*000)	Rp 2.209.002.041,14

#### 4. Kesimpulan

Pada pemetaan wilayah *isoincome* berdasarkan nilai PDRB, didapatkan sembilan kecamatan berada di wilayah pendapatan sama yang rendah dengan nilai PDRB < Rp 550 Miliar, empat kecamatan pada wilayah *isoincome* atau pendapatan sama sedang dengan nilai PDRB antara Rp 550 Miliar dan Rp 1 Triliun, serta 18 kecamatan berada pada wilayah *isoincome* tinggi dengan PDRB > Rp 1 Triliun. Inilah hasil dari pemetaan dengan nilai estimasi ekonometrika.

Pengembangan prioritas pada wilayah dengan subsektor industri kreatif dilakukan hanya pada wilayah yang memiliki pendapatan atau PDRB sama yang rendah dengan salah satu subsektor yang memiliki potensi sedang atau tinggi yang ada pada wilayah tersebut. Simulasi

untuk mengetahui prioritas pengembangan dilakukan dengan menambahkan jumlah bisnis di subsector potensi sedang atau tinggi wilayah tersebut

#### Daftar Pustaka

- [1] D. T. Cahyaningrum, E. Widodo, and N. I. Arvitrida, "Classification of sub-sectors in creative industri for regional economic development," in *MATEC Web of Conferences*, 2018. doi: 10.1051/mateconf/201820401009.
- [2] World Economic Forum, "Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future M A Y 2 0 2 2," 2022. Accessed: Mar. 27, 2023. [Online]. Available: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_Tourism\\_Development\\_2021.pdf?\\_gl=1\\*1x3a2ro\\*\\_up\\*MQ..&gclid=CjwKCAjw\\_YShBhAiEiwAMomsEHP1rtUUqay6ifX-0WaPfrHUjZe\\_L0Q6rM3r6AuFirdGkZPB8i3QRoCCzEQAvD\\_BwE](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf?_gl=1*1x3a2ro*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjw_YShBhAiEiwAMomsEHP1rtUUqay6ifX-0WaPfrHUjZe_L0Q6rM3r6AuFirdGkZPB8i3QRoCCzEQAvD_BwE)
- [3] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, "Ekonomi Kreatif di Indonesia," 2020. Accessed: Mar. 28, 2023. [Online]. Available: [https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditkma/wp-content/uploads/sites/6/2020/07/Bahan-Ekraf-\\_compressed.pdf](https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditkma/wp-content/uploads/sites/6/2020/07/Bahan-Ekraf-_compressed.pdf)
- [4] N. Boccella and I. Salerno, "Creative Economy, Cultural Industries and Local Development," *Procedia Soc Behav Sci*, vol. 223, pp. 291–296, Jun. 2016, doi: 10.1016/j.sbspro.2016.05.370.
- [5] Deltaningtyas Tri Cahyaningrum, Erwin Widodo, and Niniet Arvitrida, "Pemetaan Industri Kreatif Dalam Pengembangan Industri," Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, Surabaya, 2018. Accessed: Mar. 28, 2018. [Online]. Available: [https://repository.its.ac.id/53841/1/02411650020004-Master\\_Thesis.pdf](https://repository.its.ac.id/53841/1/02411650020004-Master_Thesis.pdf)
- [6] F. Z. Fahmi, S. Koster, and J. van Dijk, "The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia," *Cities*, vol. 59, pp. 66–79, Nov. 2016, doi: 10.1016/j.cities.2016.06.005.
- [7] Å. E. Andersson, D. E. Andersson, Z. Daghbashyan, and B. Hårsman, "Location and spatial clustering of artists," *Reg Sci Urban Econ*, vol. 47, no. 1, pp. 128–137, 2014, doi: 10.1016/j.regsciurbeco.2013.09.008.
- [8] Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti, *Membangun Ekonomi Kreatif Kabupaten Jember*. Malang: Dream Litera Buana, 2018.
- [9] Suryana, *Ekonomi Kreatif EKONOMI BARU: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.

