

PENGUKURAN PERTUMBUHAN EKONOMI KREATIF KOTA MALANG

¹Sri Palupi Prabandari, ²Franciska Yuniati, ³Dwi Maulidatuz Zakiyah

^{1,2}Pusat Kajian Keuangan Negara dan Daerah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

³Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Malang

e-mail: ¹palupi@ub.ac.id, ³litbangkotamalg@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.58411/pangripta.v6i1.186>

Abstrak: Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu berupa ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Dengan kata kreatif dan inovatif, nilai barang/jasa yang dihasilkan tentu bernilai jual tinggi. Kota Malang telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sebagai kota kreatif, dimana dalam hal ini Kota Malang melakukan berbagai inovasi untuk menunjang ekonomi kreatif. Kota Malang memiliki 12.948 pelaku ekonomi Kreatif di Kota Malang. Hal ini tentu merupakan potensi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang. Hasil pertumbuhan angka PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 atas dasar harga konstan mengalami peningkatan signifikan yaitu menjadi 3,47% dari -8,85% pada Tahun 2020. Hal ini dikarenakan pelaku usaha ekonomi kreatif terdampak pandemi COVID-19 di Tahun 2020. Pertumbuhan mengalami peningkatan di Tahun 2021 dikarenakan adanya perekonomian di Kota Malang yang mulai pulih dan pelaku usaha ekonomi kreatif mulai beradaptasi pada era normal sehingga nilai PDRB ekonomi kreatif mengalami kenaikan.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Kota Malang, PDRB

Abstract: Creative economy is a concept to realize sustainable economic development based on creativity. Utilization of resources that are not only renewable, even unlimited, namely in the form of ideas, ideas, talents or talents and creativity. The creative economy is the creation of added value (economic, social, cultural, environmental) based on ideas born from the creativity of human resources (creative people) and based on the utilization of knowledge, including cultural and technological heritage. In creative and innovative words, the value of the goods/services produced is certainly of high selling value. Malang City has been designated by the Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf) as a creative city, where in this case Malang City carries out various innovations to support the creative economy. Malang City has 12,948 creative economy actors in Malang City. This is certainly a great potential for creative economic growth in the city of Malang. The results of the growth in the PDRB figure for the Creative Economy of Malang City in 2021 on the basis of constant prices experienced a significant increase, namely to 3.47% from -8.85% in 2020. This is because creative economy business actors were affected by the COVID-19 pandemic in 2020. Growth will increase in 2021 due to the economy in Malang City which is starting to recover and creative economy business actors starting to adapt to the normal era so that the GRDP value of the creative economy has increased.

Keywords: Creative Economy, Malang City, GRDP.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Permasalahan

Kota Malang telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sebagai kota kreatif, dimana dalam hal ini Kota Malang melakukan berbagai inovasi untuk menunjang ekonomi kreatif. Dalam rangka pemulihan ekonomi, penguatan ekonomi kreatif Kota Malang dilakukan melalui berbagai macam hal

meliputi kegiatan pelatihan, pameran, hingga penjualan secara *online*. Berbagai macam aktivitas dan pergerakan inovasi ekonomi Kreatif Kota Malang diharapkan dapat berkontribusi pada pemulihan ekonomi Kota Malang yang sempat mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19.

Dalam rangka monitoring dan evaluasi perkembangan ekonomi kreatif, Badan Perencanaan

Pembangunan Daerah Kota Malang melakukan Penelitian Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kota Malang setiap tahunnya. Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 12 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024 disebutkan bahwa ekonomi kreatif terdiri dari 17 (tujuh belas) subsektor, sehingga dalam kegiatan Penelitian Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kota Malang pada Tahun 2022 ini mencakup 17 (tujuh belas) subsektor ekonomi kreatif. Adapun hasil pengukuran angka dan pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang pada Tahun 2021 adalah sebagai berikut:

- a. Hasil perhitungan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Atas Dasar Harga Berlaku ialah Rp 7267,43 Miliar dan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Atas Dasar Harga Konstan sebesar Rp 5374,5 Miliar.
- b. Hasil *forecasting* angka PDRB ADHB Ekonomi Kreatif Tahun 2021 cenderung naik sebesar Rp 7674,895 miliar, namun proyeksi pada Tahun 2022 PDRB ADHB mengalami penurunan menjadi 7471,168 miliar, dan kembali mengalami peningkatan menjadi 7573,031 miliar pada Tahun 2023. Sedangkan Berdasarkan harga konstan, proyeksi PDRB ekonomi kreatif pada Tahun 2021 cenderung naik sebesar Rp 5641,01 miliar dengan pertumbuhan sebesar 4,96%, pada Tahun 2022 proyeksi PDRB mengalami penurunan menjadi 5507,76 miliar dengan pertumbuhan sebesar -2,36%, dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan menjadi 5574,39 miliar dengan persentase pertumbuhan sebesar 1,21%.

- c. Hasil pertumbuhan angka PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2020 Atas Dasar Harga Konstan mengalami penurunan signifikan yaitu sebesar -8,85% (5374,5 miliar) dari 6,85% (5896,02 miliar) pada Tahun 2019, hal ini diindikasikan karena pelaku usaha ekonomi kreatif terdampak pandemi Covid-19 sehingga terjadi penurunan pendapatan. Beberapa usaha ekonomi kreatif tidak dapat beroperasi dengan baik apabila dibandingkan dengan kondisi sebelum Covid-19. Berdasarkan pada hasil survei, salah satu faktor penurunan pendapatan adalah pelaku usaha ekonomi kreatif yang tutup sejak pandemi dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), kurangnya permintaan masyarakat (konsumen), pemasaran sulit dan terbatas.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan kegiatan penelitian Pengukuran Pertumbuhan ekonomi Kreatif Kota Malang adalah:

- a. Mengukur angka PDRB ekonomi kreatif Kota Malang secara ilmiah Tahun 2021;
- b. Menghitung pertumbuhan angka ekonomi kreatif Tahun 2021;
- c. Melakukan *forecasting* angka PDRB ekonomi kreatif sebagai capaian Tahun 2022 dengan melibatkan 17 subsektor ekonomi kreatif;
- d. Menganalisis antara hasil capaian yang diperoleh Tahun 2021 dan *forecast* Tahun 2022 dengan target/sasaran yang telah ditetapkan secara ilmiah;
- e. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor determinan yang berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang;
- f. Memberikan saran kebijakan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

METODE

1. Perhitungan PDRB Ekonomi Kreatif

Data PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Atas Dasar Harga Berlaku (PDRB ADHB) pada Tahun 2021 didasarkan pada data hasil survei primer berupa kuisisioner kepada pelaku kreatif ekonomi di Kota Malang. Perhitungan *output* dan nilai tambah atas dasar harga berlaku menggunakan metode pendekatan produksi dengan langkah sebagai berikut:

- Menghitung *output* dengan cara mengalikan jumlah produksi dan harga produk;
- Menghitung hasil konsumsi antara dalam satu satuan waktu;
- Menghitung rata-rata nilai tambah dari total responden setiap sektor dengan cara hasil *output* dikurangi dengan konsumsi antara;
- Menghitung nilai PDRB ADHB ekonomi kreatif dengan cara mengalikan rata-rata nilai tambah dan total pelaku ekonomi kreatif setiap sektor pada Tahun 2021.

Data PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Atas Dasar Harga Konstan didasarkan pada data hasil survei dan hasil prediksi data sekunder perhitungan PDRB tahun sebelumnya. Proses perhitungan angka PDRB ekonomi kreatif Kota Malang Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2021 didapatkan dari data hasil survei yang kemudian diolah. Perhitungan *output* dan nilai tambah Atas Dasar Harga Konstan menggunakan metode pendekatan deflasi dari masing-masing subsektor ekonomi kreatif.

2. Analisis Stastistik Deskriptif

Pada penelitian ini analisis statistika deskriptif yang akan digunakan berupa penyajian data numerik yaitu *mean*, *modus*, nilai maksimal dan nilai minimal. Hal ini digunakan untuk mendeskripsikan secara *general* kecenderungan dari data

yang ada. Selain itu, data yang dimiliki akan disajikan dalam penyajian bentuk grafis berupa diagram, tabel, dan *pie cart* untuk memudahkan membaca data. Analisis statistika deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil responden pelaku ekonomi kreatif, hasil PDRB ADHB Tahun 2021, dan hasil PDRB ADHK Tahun 2021.

3. Analisis Growth Ratio

Growth Ratio merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu nilai dalam satu atau beberapa periode yang bersangkutan mengalami peningkatan pertumbuhan secara positif atau sebaliknya yaitu negatif. Apabila dimasa yang akan datang terjadi penurunan atau pertumbuhan negatif, maka hal tersebut merupakan suatu peringatan (Mahmudi, 2019).

$$\text{Pertumbuhan} = \frac{\text{Nilai tahun } t - \text{nilai tahun } (t - 1)}{\text{nilai tahun } (t - 1)} \times 100$$

Analisis *growth ratio* digunakan untuk mengukur tujuan kedua pada penelitian yaitu menghitung pertumbuhan angka ekonomi kreatif Tahun 2021. Data yang dibutuhkan ialah nilai ekonomi kreatif Kota Malang pada Tahun 2021 dan nilai ekonomi kreatif Kota Malang pada Tahun 2020. Sehingga dari nilai tersebut dapat diketahui pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang.

4. Analisis GAP

Secara harfiah ‘gap’ mengidentifikasi adanya suatu perbedaan antara satu hal dengan hal yang lain. Analisis ini merupakan analisis yang umum digunakan untuk mengukur suatu ketercapaian kinerja sebuah program atau kegiatan. Oleh karenanya hal ini juga menjadi salah satu teknik analisis yang penting dalam tahanan perencanaan maupun tahap evaluasi kerja. Adapun langkah yang dibutuhkan dalam melakukan analisis gap Pengukuran Ekonomi Kreatif Kota Malang ialah:

- a. Mengidentifikasi nilai capaian PDRB ekonomi kreatif kota malang pada Tahun 2021;
- b. Mengidentifikasi hasil nilai *forecasting* pada Tahun 2022;
- c. Menganalisis hasil PDRB ekonomi kreatif kota malang terhadap target dan sasaran yang telah ditetapkan berdasarkan nilai *forecasting* Tahun 2022;
- d. Mengomparasi kontribusi capaian PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang terhadap capaian PDRB Kota Malang, terhadap PDRB Ekonomi Kreatif Jawa Timur dan terhadap PDRB Ekonomi Kreatif pada daerah sekitarnya

5. Analisis Regresi

Persamaan regresi linier sederhana merupakan suatu model persamaan yang menggambarkan hubungan satu variabel bebas/*predictor* (X) dengan satu variabel tak bebas/*response* (Y). Sedangkan untuk regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas/*response* (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas/*predictor* (X₁, X₂,...X_n). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/*response* (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya/*predictor* (X₁, X₂,..., X_n) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel - variabel bebasnya. Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan :

Y = variabel tak bebas (nilai variabel yang akan diprediksi)

a = konstanta

b₁, b₂, ..., b_n = nilai koefisien regresi

X₁, X₂, ..., X_n = variabel bebas

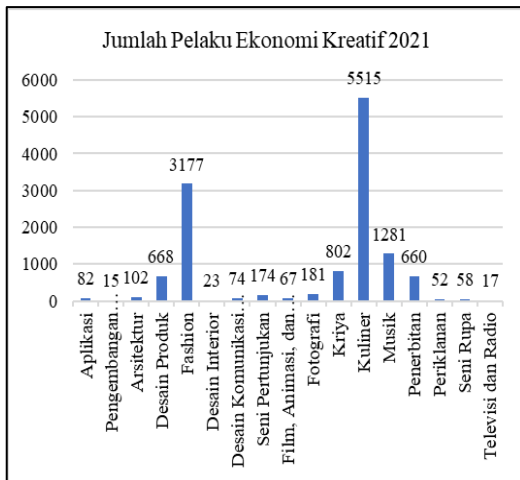
Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel independen yang akan diukur diantaranya yaitu rata-rata lama sekolah (X₁), jumlah wisatawan Kota Malang (X₂), dan tenaga kerja dengan pendidikan menengah keatas (X₃). Sedangkan variabel dependennya ialah pertumbuhan ekonomi kreatif Kota malang (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ekonomi kreatif meliputi Nilai PDRB Kota Malang Tahun 2021 berdasarkan harga berlaku dan harga konstan, perbandingan nilai PDRB Ekonomi Kreatif Tahun 2021 dengan hasil prediksi penelitian tahun sebelumnya, pertumbuhan PDRB ekonomi kreatif, hasil *forecasting* PDRB Tahun 2022 - Tahun 2023 serta menjelaskan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan pendapatan pelaku usaha ekonomi kreatif Kota Malang.

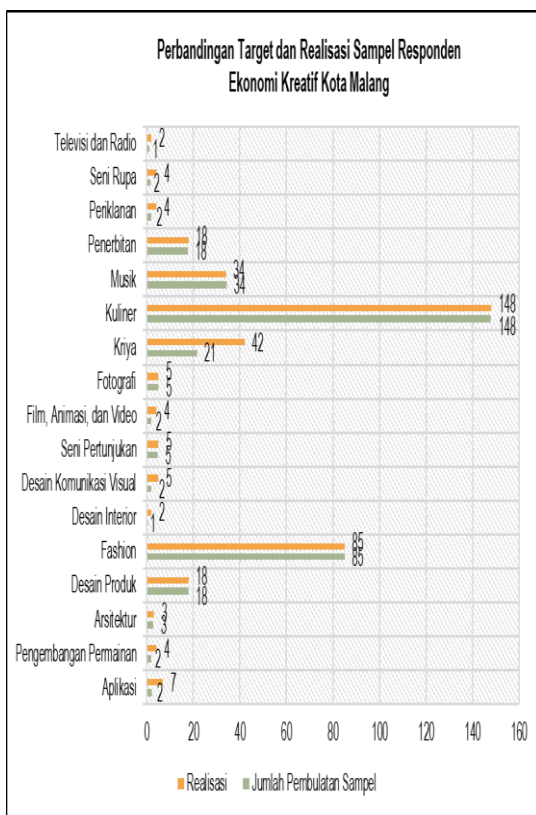
1. Karakteristik Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Kota Malang

Jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif Kota Malang Tahun 2021 ialah 12.948 yang tersebar dalam 17 subsektor ekonomi kreatif. Jumlah tersebut meningkat disbandingkan pada Tahun 2020 yaitu sejumlah 12.832 pelaku ekonomi kreatif. Jumlah ini digunakan sebagai dasar populasi untuk menghitung sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif terbesar ialah pada subsektor kuliner yaitu 42,59% dari total populasi ekraf, subsektor *fashion* sebesar 24,54% dari total populasi, dan subsektor musik yaitu sebesar 9,89%. Berikut merupakan sebaran pelaku ekonomi kreatif Kota Malang Tahun 2021.



Gambar 1. Jumlah Pelaku Ekonomi Kreatif Tahun 2021

Dengan mempertimbangkan jumlah populasi yaitu sebesar 12.948 pelaku ekonomi kreatif dan tingkat akurasi 5%, maka sampel yang didapatkan berjumlah 348 dengan pembulatan menjadi 350 responden. Berikut merupakan sebaran jumlah pelaku ekonomi kreatif Kota Malang beserta respondennya.

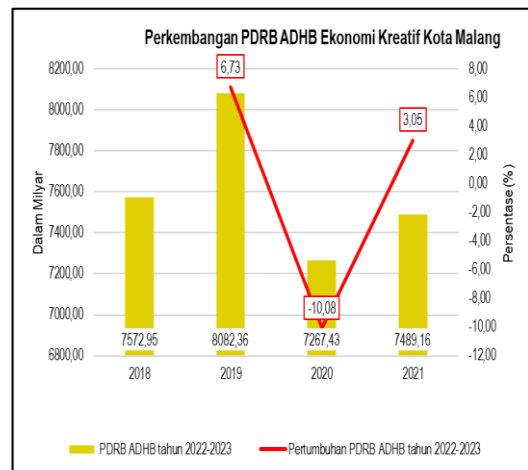


Gambar 2. Jumlah target dan realisasi responden Ekonomi Kreatif Kota Malang

Realisasi sampel pelaksanaan survei primer sejumlah 390 responden. Artinya sampel yang didapatkan melampaui jumlah minimal perhitungan sampel. Jika ditinjau berdasarkan subsektornya, maka masing-masing subsektor ekonomi kreatif memiliki jumlah realisasi responden diatas jumlah perhitungan minimal. Terdapat tiga subsektor responden yang mendominasi ekonomi kreatif yakni subsektor kuliner 37,9% subsektor fashion 21,8%, dan subsektor kriya 10,8%.

2. Nilai PDRB Berdasarkan Harga Berlaku Ekonomi Kreatif Kota Malang

Hasil perhitungan PDRB ADHB Ekonomi Kreatif Kota Malang pada Tahun 2021 adalah sebesar 7.489,16 Milyar Rupiah, dimana nilai tersebut mengalami kenaikan pasca pandemi pada Tahun 2020 (7267,43 Milyar Rupiah). Apabila dibandingkan dengan PDRB ADHB Ekonomi Kreatif Kota Malang sejak Tahun 2018, maka dapat digambarkan pada grafik sebagai berikut.



Gambar 3. Perkembangan PDRB ADHB Ekonomi Kreatif Kota Malang

Berdasarkan grafik, menunjukkan adanya tren linier naik mulai Tahun 2018 sampai dengan Tahun 2019, namun pada Tahun 2020 terlihat terjadi penurunan dikarenakan pelaku usaha ekonomi kreatif terdampak wabah

pandemi Covid-19. Kenaikan nilai PDRB ADHB Ekonomi Kreatif pada Tahun 2021 menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang telah pulih setelah dua tahun mengalami pandemi Covid-19. Kegiatan ekonomi kreatif kembali aktif dan mengalami kenaikan karena mulai dilonggarkannya peraturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Pembatasan aktivitas masyarakat yang mulai dilonggarkan berpengaruh pada meningkatnya aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian kreatif.

Perhitungan PDRB ADHB Ekonomi Kreatif Kota Malang menurut subsektor terbagi menjadi 17 subsektor dengan menjabarkan perkembangan sejak Tahun 2018 sampai pada Tahun 2021.

Tabel 1. Nilai PDRB Berdasarkan Harga Berlaku Ekonomi Berdasarkan Subsektor Tahun 2018-Tahun 2021

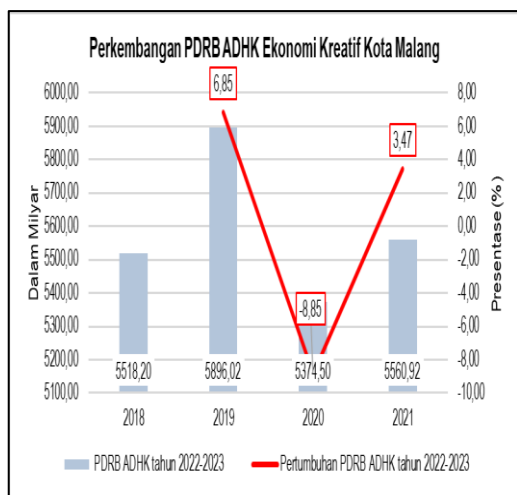
Subsektor tahun 2018-2020	2018	2019	2020	2021
Arsitektur	90,70	100,21	81,66	109,10
Desain Interior	32,90	35,86	29,49	36,54
Desain Komunikasi Visual	6,86	7,53	6,79	11,58
Desain Produk	56,50	60,11	51,70	59,35
Film, Animasi, Video	24,32	26,72	23,06	54,02
Fotografi	27,41	29,95	24,22	27,86
Kriya	941,86	978,79	823,98	821,82
Kuliner	5368,12	5744,96	4808,69	4793,54
Musik	120,82	132,05	108,27	119,18
Fashion	614,05	652,02	554,44	551,66
Aplikasi				667,08
Game Developer	89,92	99,29	577,41	41,69
Penerbitan	107,96	115,91	98,28	97,92
Periklanan	25,87	27,89	21,34	29,92
Televisi Dan Radio	38,47	41,24	35,01	43,33
Seni Pertunjukan	23,63	25,95	20,06	20,43
Seni Rupa	3,56	3,88	3,03	4,13

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui perkembangan nilai PDRB ADHB ekonomi kreatif Kota Malang pada Tahun 2018 hingga Tahun 2021. Pada Tahun 2018 dan Tahun 2019, tiga subsektor dengan nilai PDRB ADHB tertinggi ialah subsektor kuliner, subsektor kriya, dan subsektor *fashion*. Namun, terdapat pergeseran subsektor dengan nilai tertinggi pada Tahun 2020 dimana subsektor aplikasi dan *game developer* mengalami peningkatan sebesar 481%. Oleh karenanya, pada Tahun 2020 dan Tahun 2021, tiga subsektor dengan nilai PDRB ADHB tertinggi ialah subsektor kuliner, subsektor kriya, dan subsektor aplikasi.

3. Nilai PDRB Berdasarkan Harga Konstan Ekonomi Kreatif Kota Malang

Perkembangan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Atas Dasar Harga Konstan dimulai dari tahun dasar Tahun 2018 sampai dengan Tahun 2021. Pada Tahun 2020 nilai total PDRB ADHB ekonomi kreatif sebesar 5374,50 miliar sedangkan di Tahun 2021 PDRB ekonomi kreatif terjadi kenaikan menjadi 5560,92 miliar. Pelaku ekonomi kreatif mengalami kenaikan karena mulai dilonggarkannya peraturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat).

Pembatasan aktifitas masyarakat yang mulai dilonggarkan berpengaruh pada meningkatnya aktifitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian kreatif. Selain itu para pelaku ekonomi kreatif telah beradaptasi pada situasi saat pandemi Covid-19 selama Tahun 2019 hingga Tahun 2020. Sehingga pada Tahun 2021, aktivitas bisnis kembali menuju normal dan memicu peningkatan pendapatan yang akan berpengaruh pada peningkatan nilai ekonomi kreatif.



Gambar 4. Perkembangan PDRB ADHK Ekonomi Kreatif Kota Malang

Perkembangan pertumbuhan PDRB total Ekonomi Kreatif di Kota Malang berdasarkan harga konstan mengalami pertumbuhan yang fluktuatif karena terjadi kenaikan dan penurunan di setiap tahunnya. Kenaikan pertumbuhan PDRB ADHK Ekonomi Kreatif tertinggi terjadi pada Tahun 2019 yaitu sebesar 6,85%. Sedangkan, penurunan drastis terjadi pada Tahun 2020 yaitu sebesar -8,85% dari 6,85%. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha ekonomi kreatif terdampak pandemi Covid-19 pada tahun 2020 dengan berbagai peraturan pembatasan aktivitas di lingkungan masyarakat Kota Malang. Namun, pada Tahun 2021 pertumbuhan PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang mulai kembali pulih dimana pelaku usaha ekonomi kreatif kembali beraktivitas dengan berbagai strategi adaptif di masa pandemi sehingga nilai PDRB mengalami kenaikan menjadi 3,47%. Berikut pertumbuhan PDRB ADHK Ekonomi Kreatif Kota Malang berdasarkan subsektor Tahun 2018 sampai pada Tahun 2021.

Tabel 2. Nilai PDRB Berdasarkan Harga Konstan Ekonomi Berdasarkan Subsektor Tahun 2018-2021

Subsektor Ekonomi Kreatif	2018	2019	2020	2021
Arsitektur	66,09	71,03	58,66	82,70
Desain Interior	23,97	25,42	21,38	32,40
Desain Komunikasi Visual	5,00	5,34	4,55	6,37
Desain Produk	41,17	42,61	37,80	38,15
Film, Animasi, Video	17,72	18,94	17,01	29,50
Fotografi	19,97	21,23	17,56	23,95
Kriya	686,31	715,75	613,63	602,63
Kuliner	3911,61	4201,07	3648,08	3584,56
Musik	88,04	93,60	77,46	77,99
Fashion	447,44	476,80	338,01	325,36
Aplikasi				580,55
Game Developer	65,52	70,38	409,33	38,89
Penerbitan	78,67	82,16	71,46	67,95
Periklanan	18,85	20,39	17,19	23,02
Televisi Dan Radio	28,03	30,16	25,55	29,84
Seni Pertunjukan	17,22	18,39	14,67	14,68
Seni Rupa	2,59	2,75	2,16	2,38

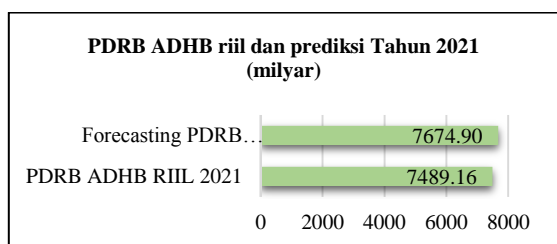
Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui perkembangan nilai PDRB ADHK ekonomi kreatif pada Tahun 2019-2021. Pada Tahun 2018 dan Tahun 2019, tiga subsektor dengan nilai PDRB ADHK tertinggi ialah subsektor kuliner, subsektor kriya, dan subsektor Fashion. Namun, terdapat pergeseran subsektor dengan nilai tertinggi pada tahun 2020 dimana subsektor aplikasi dan game developer mengalami peningkatan yang besar sehingga pada tahun 2021 tiga subsektor yang menyumbang PDRB tertinggi ialah subsektor kuliner sebesar 3584,56 miliar rupiah (64,46%), subsektor kriya sebesar 602,63 miliar rupiah (10,84%), dan subsektor aplikasi sebesar 580,55 miliar rupiah (10,44%). Hal ini dikarenakan banyaknya jumlah pelaku ekonomi pada sektor kuliner dan kriya serta tingginya nilai ekonomi pada subsektor aplikasi sehingga dapat menunjang nilai pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang.

4. Analisis GAP PDRB Ekonomi Kreatif Prediksi dan Riil

Analisis kesenjangan digunakan untuk membandingkan kinerja yang sebenarnya dengan kinerja ideal. Dalam hal ini kondisi kerja ideal yang di maksud ialah hasil *forecasting*. Hasil perbandingan nilai PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 jika dibandingkan dengan hasil prediksi berdasarkan harga berlaku disajikan dalam tabel dan grafik berikut:

Tabel 3. Analisis GAP PDRB ADHB Ekonomi Kreatif

Subsektor 2021	PDRB ADHB riil 2021	Forecasting PDRB ADHB 2021	GAP
Arsitektur	109,1	90,94	18,16
Desain Interior	36,54	32,68	3,87
Desain Komunikasi Visual	11,58	7,16	4,42
Desain Produk	59,35	55,91	3,44
Film, Animasi, Video	54,02	24,89	29,13
Fotografi	27,86	27,09	0,78
Kriya	821,82	901,39	-79,56
Kuliner	4793,54	5276,83	-483,28
Musik	119,18	120,16	-0,98
<i>Fashion</i>	551,66	603,23	-51,57
Aplikasi	667,08	338,35	370,42
Pengembangan Game	41,69		
Penerbitan	97,92	107,1	-9,17
Periklanan	29,92	24,62	5,3
Televisi Dan Radio	43,33	38,13	5,2
Seni Pertunjukan	20,43	23,01	-2,57
Seni Rupa	4,13	3,46	0,68
Jumlah	7489,16	7674,9	-185,73



Gambar 5. PDRB ADHB Riil Dan Prediksi Tahun 2021

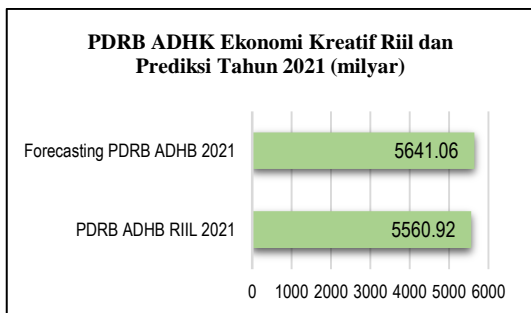
PDRB ADHB Ekonomi Kreatif Prediksi tahun 2021 cukup mempertimbangkan kondisi perekonomian masyarakat Kota Malang tahun 2021 yang dimungkinkan mulai membaik dan cukup stabil pasca pandemi Covid-19. Dalam hal ini, sehingga sangat wajar jika hanya

sebagian kecil gap negatif pada beberapa subsektor. Kenaikan nilai PDRB pada Sebagian besar subsektor dikarenakan beberapa faktor salah satunya pada saat pandemi Covid-19 jasa aplikasi dan beberapa subsektor yang terkait dengan pemanfaatan teknologi digital sedang sangat berkembang pesat dan dibutuhkan semua pihak untuk mengurangi *physical distancing*.

Dapat diketahui bahwa hasil survei menunjukkan nilai PDRB ADHB Ekonomi Kreatif riil Tahun 2021 sebesar Rp. 7489,16 miliar, sedangkan berdasarkan prediksi adalah sebesar Rp. 7.674,90 miliar. Selisih nilai gap PDRB atas dasar harga berlaku hasil survei dan prediksi penelitian tahun sebelumnya adalah 185,73 miliar rupiah. Meskipun jika ditinjau dari setiap sektor sebagian besar mengalami kenaikan namun nilai total PDRB berdasarkan harga berlaku belum mampu mencapai target *forecasting*. Sedangkan untuk analisis gap PDRB ADHK dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4. Analisis GAP PDRB ADHK Ekonomi Kreatif

Subsektor 2021	PDRB ADHK RIIL 2021	Forecasting PDRB ADHK 2021	GAP
Arsitektur	82,7	64,85	17,85
Desain Interior	32,4	23,4	9
Desain Komunikasi Visual	6,37	4,95	1,42
Desain Produk	38,15	40,21	-2,06
Film, Animasi, Video	29,5	17,98	11,52
Fotografi	23,95	19,4	4,55
Kriya	602,63	664,69	-62,06
Kuliner	3584,56	3924,58	-340,02
Musik	77,99	91,28	-13,29
<i>Fashion</i>	325,36	407,41	-82,05
Aplikasi	580,55	239,86	340,69
Pengembangan Game	38,89		
Penerbitan	67,95	76,81	-8,86
Periklanan	23,02	18,79	4,23
Televisi Dan Radio	29,84	27,86	1,98
Seni Pertunjukan	14,68	16,53	-1,85
Seni Rupa	2,38	2,46	-0,08
Jumlah	5560,92	5641,06	-80,14



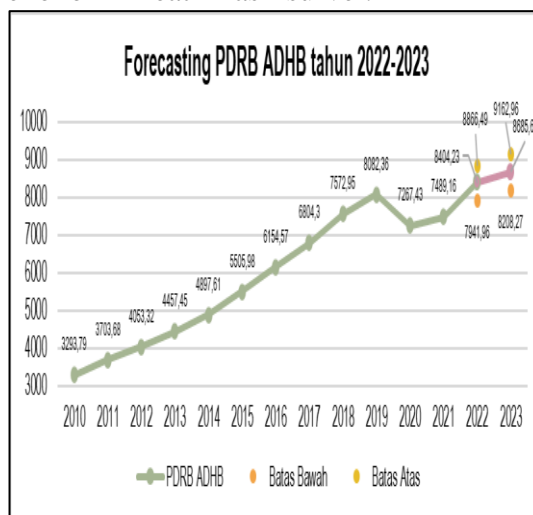
Secara keseluruhan, nilai gap total berdasarkan PDRB ADHK riil Tahun 2021 dan hasil *forecasting* PDRB ADHK Tahun 2021 adalah -80,14 miliar rupiah. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian hasil riil dan prediksi atau target sehingga diperlukan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja pada tahun yang akan datang.

Jika dilihat berdasarkan subsektor, maka terdapat beberapa subsektor yang masih memiliki nilai gap negatif antara PDRB ADHK riil dan PDRB *forecasting* pada Tahun 2021 diantaranya yaitu subsektor desain produk, subsektor kriya, subsektor *fashion*, subsektor kuliner, subsektor musik, subsektor penerbitan, subsektor seni pertunjukan, dan subsektor seni rupa. Sedangkan untuk subsektor lainnya telah memiliki nilai gap positif yang artinya telah sesuai dengan nilai *forecasting* Tahun 2021 yang dilakukan pada penelitian sebelumnya.

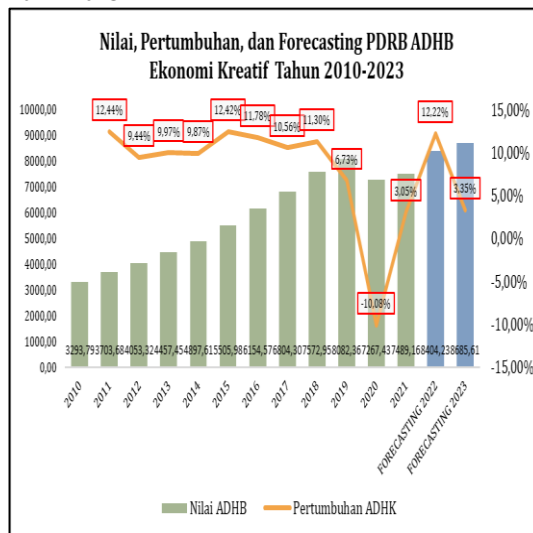
Hasil survei menunjukkan bahwa nilai PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 adalah sebesar Rp. 5.560,92 miliar. Sedangkan, berdasarkan prediksi nilai PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 adalah sebesar Rp. 5641,06 miliar. Nilai gap PDRB atas dasar harga konstan hasil survei dan prediksi penelitian tahun sebelumnya adalah 80,14 miliar rupiah. Meskipun terdapat beberapa sektor yang telah memiliki hasil nilai gap positif namun jika dilihat berdasarkan nilai total, PDRB ADHK pada Tahun 2021 tidak melampaui hasil *forecasting* pada Tahun 2021.

5. Hasil Forecasting

Hasil *forecasting* PDRB Ekonomi kreatif Kota Malang Tahun 2022-2023 berdasarkan Harga Berlaku. Pengukuran *forecasting* sampai Tahun 2023 disesuaikan dengan periode RPJMD Kota Malang Tahun 2019-2023. *Forecasting* didasarkan pada data sekunder dan PDRB harga berlaku ekonomi kreatif hasil survei.

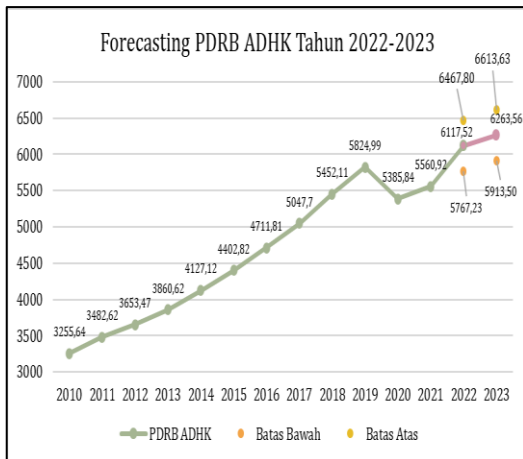


Gambar 6. Forecasting PDRB ADHB tahun 2022-2023

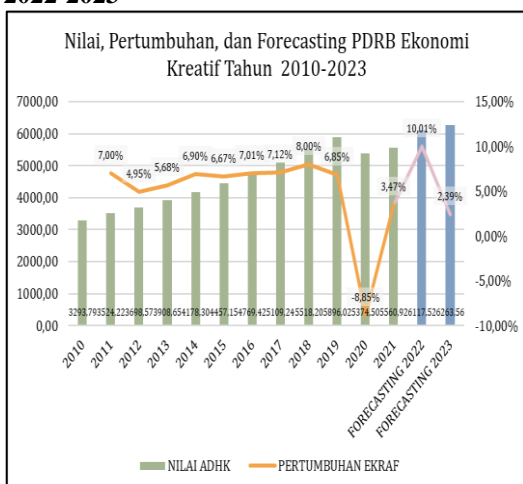


Gambar 7. Nilai, Pertumbuhan, dan Forecasting PDRB ADHB Ekonomi kreatif Tahun 2010-2021

Hasil *forecasting* pada Tahun 2022 dan Tahun 2023 berdasarkan PDRB ADHB, hasil *forecasting* pada Tahun 2022 Rp 8.404,23 miliar rupiah dan pada Tahun 2023 Rp 8.685,61 miliar rupiah.



Gambar 8. Forecasting PDRB ADHK Tahun 2022-2023



Gambar 9. Nilai, Pertumbuhan, dan Forecasting PDRB Ekonomi Kreatif Tahun 2010-2023

Hasil *forecasting* pada Tahun 2022 dan Tahun 2023 berdasarkan PDRB ADHK, hasil *forecasting* pada pada Tahun 2022 Rp 6.117,52 miliar rupiah dan pada Tahun 2023 Rp 6.263,56 miliar rupiah.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang. Berdasarkan tinjauan pustaka, terdapat faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi kreatif diantaranya adalah sebagai berikut (Farid, 2019):

Penggunaan variabel yang akan diuji disesuaikan kembali dengan ketersediaan data yang ada dalam jangka waktu tertentu. Sehingga

terdapat tiga variabel yang digunakan dalam mengukur faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang diantaranya rata lama sekolah (X_1), jumlah wisatawan (X_2), dan tenaga kerja dengan Pendidikan menengah keatas (X_3). Variabel dependen pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang (Y) dipengaruhi oleh variabel independen rata lama sekolah (X_1), jumlah wisatawan (X_2), dan tenaga kerja dengan pendidikan menengah keatas (X_3) yang diolah dalam analisis regresi linier.

Tabel 5. Data Analisis Regresi

Tahun	Rata-Rata Lama Sekolah (X_1)	Jumlah Wisatawan (X_2)	Tenaga Kerja Dengan Pendidikan Menengah Keatas (X_3)	Pertumbuhan Ekraf (Y)
2016	10,14	3996609	237548	7,01
2017	10,15	4329691	249085	7,12
2018	10,16	4824407	255785	8,00
2019	10,17	5186810	279641	6,85
2020	10,18	1884363	268154	-8,85
2021	10,41	866520	281885	3,47

Tabel 6. Hasil Korelasi Analisis Regresi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
0,96	0,93	0,98	0,86

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,96. Dalam hal ini dijelaskan bawah persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut dengan koefisien determinasi yaitu hasil penguadratan R. Dari tabel model summary didapatkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,93, yang artinya pengaruh variabel bebas (rata-rata lama sekolah, jumlah wisatawan, dan tenaga kerja dengan pendidikan menengah keatas) terhadap variabel terikat (pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang) adalah sebesar 93%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	958,434	70,567		13,582	0,005
Rata-rata Lama Sekolah (X1)	98,460	7,223	1,570	13,632	0,005
Jumlah Wisatawan (X2)	0,000006	0,00	1,531	15,885	0,004
Tenaga Kerja dengan Pendidikan Menengah Keatas (X3)	0,00023	0,00	0,643	8,071	0,015

Model regresi linier berganda berdasarkan hasil estimasi untuk faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang ialah sebagai berikut:

$$Y = 958,434 + 98,460X_1 + 0,000006X_2 + 0,00023X_3$$

Persamaan ini menunjukkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 958,424. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya rata-rata lama sekolah (X₁), jumlah wisatawan Kota Malang (X₂), dan tenaga kerja dengan pendidikan menengah keatas (X₃), maka besar pengukuran pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang adalah sebesar 958,434.
- b. Rata-rata lama sekolah (X₁) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05. Nilai koefisien variabel rata-rata lama sekolah (X₁) adalah sebesar 98,460, artinya apabila variabel rata-rata lama sekolah (X₁) mengalami kenaikan sebesar 1% maka pertumbuhan ekonomi kota malang akan mengalami kenaikan sebesar

98,460. Besar pengaruh rata-rata lama sekolah terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang ialah 1,570. Artinya, semakin tinggi rata-rata lama sekolah yang dimiliki suatu daerah maka akan cenderung dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang.

- c. Jumlah Wisatawan (X₂) merupakan variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang. Nilai koefisien jumlah wisatawan (X₂) adalah sebesar 0,000006, artinya apabila variabel jumlah wisatawan mengalami kenaikan sebesar 1% maka pertumbuhan ekonomi kota malang akan mengalami kenaikan sebesar 0,000006. Koefisien jumlah wisatawan sebesar 1,531 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang. Semakin tinggi jumlah wisatawan, maka akan cenderung dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang.
- d. Tenaga kerja dengan pendidikan menengah keatas (X₃) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 yaitu 0,004. Nilai koefisien variabel tenaga kerja dengan pendidikan menengah keatas adalah sebesar 0,00023, artinya apabila variabel tenaga kerja dengan pendidikan menengah keatas mengalami kenaikan sebesar 1% maka pertumbuhan ekonomi kota malang akan mengalami kenaikan sebesar 0,00023. Besar pengaruh rata-rata lama sekolah terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang ialah 0,643. Artinya, semakin tinggi jumlah tenaga kerja yang memiliki tingkat pendidikan

menengah keatas yang dimiliki suatu daerah maka akan cenderung dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang.

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Dengan kata kreatif dan inovatif, nilai barang/jasa yang dihasilkan tentu bernilai jual tinggi. Kota Malang telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sebagai kota kreatif, dimana dalam hal ini Kota Malang melakukan berbagai inovasi untuk menunjang ekonomi kreatif. Kota Malang memiliki 12.948 pelaku ekonomi Kreatif di Kota Malang. Hal ini tentu merupakan potensi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Survei angka PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 sebagai berikut:
 - a. Berdasarkan harga berlaku sebesar Rp 7489,16 Miliar, penyumbang terbesar dari subsektor kuliner sebesar Rp 4793,54 Miliar (64,01%). Penyumbang terbesar kedua dari subsektor kriya sebesar Rp 821,82 Miliar (10,97%). Penyumbang terbesar ketiga dari subsektor aplikasi sebesar Rp 667,08 Miliar (8,91%).
 - b. Berdasarkan harga konstan sebesar Rp 5560,92 Miliar, penyumbang terbesar dari subsektor kuliner sebesar Rp 3584,56 Miliar (64,46%). Penyumbang terbesar kedua dari subsektor kriya sebesar Rp 602,63

Miliar (10,84%). Penyumbang terbesar ketiga dari subsektor aplikasi sebesar Rp 580,55 Miliar (10,44%).

2. Hasil pertumbuhan angka PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 atas dasar harga konstan mengalami peningkatan signifikan yaitu menjadi 3,47% dari -8,85% pada Tahun 2020. Hal ini dikarenakan pelaku usaha ekonomi kreatif terdampak pandemi Covid-19 di Tahun 2020. Pertumbuhan mengalami peningkatan di Tahun 2021 dikarenakan adanya perekonomian di Kota Malang yang mulai pulih dan pelaku usaha ekonomi kreatif mulai beradaptasi pada era normal sehingga nilai PDRB ekonomi kreatif mengalami kenaikan.
3. Hasil *forecasting* pada Tahun 2022 dan Tahun 2023 berdasarkan data PDRB riil pada Tahun 2021, yaitu:
 - a. Berdasarkan PDRB ADHB, hasil *forecasting* pada Tahun 2022 Rp 8.404,23 miliar rupiah dan pada Tahun 2023 Rp 8.685,61 miliar rupiah.
 - b. Berdasarkan PDRB ADHK, hasil *forecasting* pada pada tahun 2022 Rp 6.117,52 miliar rupiah dan pada tahun 2023 Rp 6.263,56 miliar rupiah.
4. Hasil capaian yang diperoleh Tahun 2020, PDRB ekonomi kreatif baik berdasarkan harga berlaku dan harga konstan nilai angkanya berada di bawah prediksi Tahun 2021.
 - a. Berdasarkan hasil survei menunjukkan nilai PDRB ADHB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 adalah sebesar Rp 7489,16 Miliar. Sedangkan, berdasarkan prediksi nilai PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 adalah sebesar Rp. 7674,90 miliar. Selisih nilai gap PDRB atas dasar harga berlaku hasil survei dan prediksi

penelitian tahun sebelumnya adalah 185,73 miliar rupiah yang menunjukkan bahwa besar nilai PDRB ADHB riil pada Tahun 2021 tidak mencapai target/prediksi yang telah ditetapkan.

- b. Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa nilai PDRB ADHK Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2021 adalah sebesar Rp 5560,92 Miliar. Sedangkan, berdasarkan prediksi nilai PDRB Ekonomi Kreatif Kota Malang tahun 2021 adalah sebesar Rp. 5641,06 miliar. Nilai gap PDRB atas dasar harga konstan hasil survei dan prediksi penelitian tahun sebelumnya adalah 80,14 miliar rupiah yang menunjukkan bahwa besar nilai PDRB ADHK riil pada tahun 2021 tidak mencapai target/prediksi yang telah ditetapkan.
5. Perumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang pada Tahun 2021 ialah sebesar 3,47%. Pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang merupakan salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi Kota Malang dimana pada Tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Kota Malang sebesar 4,21% dan pertumbuhan ekonomi Jawa Timur
6. Hasil faktor yang mempengaruhi perumbuhan ekonomi kreatif di Kota Malang ditinjau berdasarkan analisis regresi, dengan hasil model yaitu:

$$Y = 958,434 + 98,460X_1 + 0,000006X_2 + 0,00023X_3$$

Pertumbuhan Ekonomi Kota Malang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Rata-Rata Lama Sekolah (X_1) sebesar 1,570, jumlah wisatawan (X_2) sebesar 1,531, Tenaga kerja dengan pendidikan menengah keatas (X_5) sebesar 0,643.

SARAN

Saran Kebijakan yang didapatkan mengacu pada analisis-analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut merupakan strategi/saran kebijakan yang didapatkan berdasarkan hasil kegiatan Pengukuran Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kota Malang Tahun 2022 .

1. Mendorong pelaku ekonomi dalam berkarir kreatif dan inovatif, serta mengembangkan jangkauan distribusi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif pada tahun selanjutnya dengan pengadaan *event* kolaboratif skala besar untuk memperkenalkan hasil dari produk dan jasa pelaku ekonomi kreatif Kota Malang sebagai bentuk promosi potensi lokal perekonomian di Kota Malang.
2. Penekanan komitmen dan *political will* pemerintah daerah untuk meningkatkan penghargaan bagi pelaku ekonomi kreatif yang memberikan nilai tambah secara ekonomi dan sosial, terutama subsector dengan sumbangan tertinggi berdasarkan PDRB ADHB dan PDRB ADHK.
3. Melakukan pelatihan ekonomi kreatif yang berdaya saing untuk menciptakan keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan nilai tambah produksi.
4. Meningkatkan daya tarik wisata Kota Malang dengan melibatkan pelaku ekonomi kreatif Kota Malang baik sebagai atraksi maupun amenitas wisata.
5. Meningkatkan adanya inovasi dan kolaborasi antar subsector didukung dengan terfasilitasinya MCC Kota Malang dan KEK Singhasari.
6. Peningkatan jumlah *entrepreneur* kreatif yang mendorong tumbuhnya lapangan kerja kreatif Kota Malang dengan memanfaatkan kemudahan

- akses permodalan, perizinan, dan pemasaran didukung dengan tersedianya Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Singhasari dan Malang *Creative Center*.
7. Mendukung berkembangnya sektor-sektor ekonomi kreatif terutama yang masih memiliki pertumbuhan negatif dengan kolaborasi program-program antar pemerintah, swasta, dan pelaku usaha ekonomi kreatif Kota Malang.
 8. Pembuatan *database* pelaku ekonomi kreatif di Kota Malang dalam mendukung terciptanya satu data sehingga memudahkan melakukan perencanaan.
 9. Membangkitkan kembali ekonomi kreatif dengan kemampuan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi lintas subsektor.
 10. Melengkapi karya pelaku ekonomi kreatif dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI).
 11. Pelatihan dan pembinaan yang dilakukan secara berkesinambungan pada pelaku ekonomi kreatif berdasarkan database pelaku dan kewenangan masing-masing Perangkat Daerah untuk memberikan *output* dan *outcome* yang maksimal terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang.
 12. Bantuan pemodal sebagai dukungan terhadap ekonomi ekonomi kreatif, terutama terhadap beberapa sektor yang memiliki nilai pertumbuhan ekonomi kreatif negatif dengan dana hibah atau memfasilitasi dengan modal ventura.
 13. Pengadaan *event* industri kreatif Kota Malang skala lokal dan internasional untuk mempromosikan produk baik berupa jasa maupun barang pelaku ekonomi kreatif.
 14. Berkolaborasi dengan sektor Pendidikan (SMA/SMK dan Universitas) untuk mengadakan kegiatan-kegiatan dalam rangka mempromosikan industri kreatif di Kota Malang.
- Pencapaian pertumbuhan ekonomi kreatif Kota Malang dapat didukung dengan program-program Perangkat Daerah terutama Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang dan Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata yang didukung dengan beberapa program diantaranya:
1. Program pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif.
 2. Program pemberdayaan usaha menengah, usaha kecil, usaha mikro (UMKM).
 3. Program pengembangan UMKM.
 4. Program perencanaan dan pembangunan industry.
 5. Program penggunaan dan pemasaran produk dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2017). *Laporan Penyusunan PDRB Ekonomi Kreatif Jawa Timur Tahun 2010-2016 menurut Lapangan Usaha*. Provinsi Jawa Timur: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2021). *Kota Malang Dalam Angka 2021*. Kota Malang: Badan Pusat Statistik.
- Farid, M. A. (2019). *Identifikasi Sektor Ekonomi Kreatif dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Mahmudi. (2019). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.

Pemerintah Kota Malang. (2018).
*Rencana Pembangunan Jangka
Menengah Daerah Kota Malang
Tahun 2018-2023*. Kota Malang.

Pemerintah Kota Malang. (2018).
*Peraturan Walikota Malang Nomor 12
Tahun 2018 tentang Road Map
Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub
Sektor Unggulan Dan Sub Sektor
Prioritas Kota Malang Tahun 2018 –
2022*. Kota Malang.

[Halaman Kosong]