



KAJIAN PERHITUNGAN NILAI TAMBAH EKONOMI KREATIF KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT

TAHUN
2023

PEMERINTAH KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT
BADAN PERENCANAAN DAN PEMBANGUNAN DAERAH

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas selesainya kegiatan Kajian Perhitungan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat. Buku Dokumentasi ini merupakan laporan akhir dari proses Kajian Perhitungan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat.

Buku laporan ini berisikan pendahuluan, landasan hukum, kajian teori, pendekatan dan metodologi, gambaran umum wilayah, keterkaitan dokumen ekonomi kreatif, perkembangan ekonomi kreatif, struktur input ekonomi kreatif, analisis nilai tambah ekonomi kreatif, rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif, kesimpulan dan saran.

Kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan Kajian Perhitungan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat ini, kami ucapkan banyak terima kasih.

Juni, 2023

Tim Penyusun



DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Maksud dan Tujuan	I-3
1.3 Output Kegiatan	I-3
1.4 Ruang Lingkup Kegiatan	I-3
BAB II LANDASAN HUKUM	II-1
2.1 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014	II-1
2.2 Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018- 2025	II-1
2.3 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2018	II-2
BAB III KAJIAN TEORI	III-1
3.1 Pengertian Ekonomi Kreatif	III-1
3.2 Sejarah Ekonomi Kreatif	III-4
3.3 Jenis-Jenis Ekonomi Kreatif	III-6
3.4 Peran Ekonomi Kreatif	III-13
3.5 Pengaruh Ekonomi Kreatif	III-13
3.6 Dampak Ekonomi Kreatif	III-14
3.7 Indikator Ekonomi Kreatif	III-15
3.8 Pemanfaatan Hasil Ekonomi Kreatif	III-17
BAB IV PENDEKATAN DAN METODOLOGI	IV-1
4.1 Pendekatan Sektoral	IV-1
4.2 Metodologi Kegiatan	IV-22
BAB V GAMBARAN UMUM WILAYAH	V-1
5.1 Luas dan Batas Wilayah Administrasi Kabupaten Ngawi	V-1

5.2	Karakter Fisik Dasar	V-1
5.1.1	Topografi	V-2
5.1.2	Klimatologi	V-2
5.3	Kependudukan	V-3
5.4	Kondisi Sarana dan Prasarana.....	V-6
5.5	Perkembangan Ekonomi.....	V-11

BAB VI KETERKAITAN DOKUMEN EKONOMI KREATIF..... VI-1

6.1	Keterkaitan Misi RPJPD, Sasaran RPD, dan Ekonomi Kreatif	VI-1
6.2	Visi dan Misi Pembangunan Industri.....	VI-3
6.3	Pembangunan Sumber Daya Manusia Industri Tahun 2023-2043	VI-5
6.4	Indikator Sasaran dan Program Pariwisata Dalam RPD Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2023-2026	VI-7

BAB VII PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF..... VII-1

7.1	Database Produk Per-Sub Sektor Tahun 2018-2022	VII-1
7.2	Fasilitas Kuliner dan Belanja Industri Pendukung Wisata	VII-6
7.3	Industri Kecil Menengah Pangan Tahun 2022	VII-6
7.4	Sub Sektor Ekonomi Kreatif Industri Pendukung Wisata Kabupaten Kotawaringin Barat	VII-7
7.5	Seni Pertunjukan Tahun 2022.....	VII-10
7.6	Kecamatan Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat	VII-13

BAB VIII STRUKTUR INPUT EKONOMI KREATIF..... VIII-1

8.1	Bahan Baku Lokal Industri Kuliner Tahun 2022	VIII-1
8.2	Bahan Baku Produksi Dalam 1 Bulan.....	VIII-5
8.3	Harga Input Bahan Baku	VIII-7
8.4	Harga Sumbangan Input Lain	VIII-8
8.5	Produksi Bahan Baku di Kotawaringin Barat.....	VIII-10

BAB IX ANALISIS NILAI TAMBAH EKONOMI KREATIF IX-1

9.1	Output Dalam 1 Bulan.....	IX-1
9.2	Tenaga Kerja Dalam1 Bulan	IX-2
9.3	Jam Kerja Dalam 1 Bulan	IX-2
9.4	Harga Output atau Produk	IX-3
9.5	Upah Rata-Rata Tenaga Kerja	IX-4
9.6	Nilai Tambah Ekonomi Kreatif.....	IX-5

BAB X RENCANA AKSI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF..... X-1

10.1	Permasalahan Utama Ekonomi Kreatif.....	X-1
10.2	Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner	X-3
10.3	Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Kriya	X-7
10.4	Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Radio	X-8
10.5	Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Fashion	X-9
10.6	Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Seni Pertunjukan	X-10
10.7	Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Film	X-12
10.8	Fokus Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif	X-13

BAB XI KESIMPULAN DAN SARAN XI-1

11.1	Kesimpulan	XI-1
11.2	Rekomendasi.....	XI-1

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Kotawaringin Barat Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2017-2021.....	VI-2
Tabel 4.2 Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2010 Kabupaten Kotawaringin Barat Menurut Lapangan Usaha (persen), 2017-2021.....	IV-5
Tabel 4.3 Produk Domestik Regional dan PDRB Perkapita Kabupaten Kotawaringin Barat, 2017-2021	IV-8
Tabel 4.4 Prosedur Perhitungan Nilai Tambah	IV-26
Tabel 5.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022.....	V-2
Tabel 5.2 Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022	V-4
Tabel 5.3 Jumlah Penduduk Menurut Umur Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022.....	V-5
Tabel 5.4 Jumlah Sekolah, Guru, dan Murid di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022/2023	V-5
Tabel 5.5 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022	V-6
Tabel 5.6 Panjang Jalan Menurut Kondisi Jalan dan Tingkat Kewenangan Pemerintahan di Kabupaten Kotawaringin Barat (km), 2022.....	V-7
Tabel 5.7 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Kendaraan di Kabupaten Kotawaringin Barat (unit), 2018–2022.....	V-7
Tabel 5.8 Jumlah Pelanggan dan Air yang Disalurkan dan Nilai Air yang disalurkan di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022	V-9
Tabel 5.9 Jumlah Sarana Pendidikan di Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2022/2023.....	V-10
Tabel 5.10 Jumlah Desa/Kelurahan Yang Memiliki Sarana Kesehatan Menurut Kecamatan di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2021.....	V-10

Tabel 5.11 Jumlah Penduduk dan Agama yang Dianut Menurut Kecamatan di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022	V-11
Tabel 5.12 Jumlah Tempat Peribadatan Menurut Kecamatan di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022	V-11
Tabel 6.1 Lineritas Misi RPJPD dengan Tujuan, Sasaran dan Indikator RPD Kabupaten Kotawaringin Barat	VI-2
Tabel 6.2 Pengembangan Pemanfaatan Kreativitas dan Inovasi Tahun 2023-2043	VI-6
Tabel 6.3 Penyediaan Sumber Pembiayaan Tahun 2023-2043	VI-7
Tabel 6.4 Indikator Sasaran Kabupaten Kotawaringin Barat.....	VI-7
Tabel 6.5 Program Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat	VI-8
Tabel 7.1 Database Produk Sub Sektor Tahun 2018-2022	VII-5
Tabel 7.2 Industri Kecil Menengah Pangan, 2022	VII-6
Tabel 8.1 Bahan Baku Produk Kuliner	VIII-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peranan dan Laju Pertumbuhan Kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)	IV-10
Gambar 4.2 Peranan Laju Pertumbuhan Kategori Pertambangan Dan Penggalan Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)	IV-11
Gambar 4.3 Peranan Laju Pertumbuhan Kategori Industri Pengolahan Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)	IV-12
Gambar 4.4 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Konstruksi Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)	IV-15
Gambar 4.5 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Perdagangan Besar Dan Eceran; Reparasi Mobil Dan Sepeda Motor Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen).....	IV-16
Gambar 4.6 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Transportasi Dan Pergudangan Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)	IV-17
Gambar 4.7 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Penyediaan Akomodasi Dan Makan Minum Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)	IV-18
Gambar 4.8 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Jasa Keuangan Dan Asuransi Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)	IV-20
Gambar 4.9 Diagram Alur Penelitian Nilai Tambah (Metode Hayami)	IV-25
Gambar 5.1 Peranan dan Laju Pertumbuhan Beberapa Lapangan Usaha di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2021 (persen).....	V-12
Gambar 7.1 Ekonomi Kreatif di Indonesia	VII-2
Gambar 7.2 PDB Ekonomi Kreatif, 2010-2020.....	VII-3
Gambar 7.3 Proses Pengembangan Ekonomi Kreatif	VII-4
Gambar 7.4 Database Ekonomi Kreatif.....	VII-5
Gambar 7.5 Fasilitas Kuliner dan Belanja Industri Pendukung Wisata	VII-6
Gambar 7.6 Sub Sektor Ekonomi Kreatif.....	VII-7
Gambar 7.7 Kecamatan Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif	VII-13
Gambar 8.1 Produksi Bahan Baku di Kotawaringin Barat	VIII-10

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gelombang Revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan fundamental pada berbagai tatanan kehidupan global, ditandai dengan semakin berkembangnya kreativitas dan inovasi dengan pemanfaatan teknologi informasi. Era revolusi industri 4.0 menjadikan ekonomi kreatif menjadi salah satu isu strategis yang layak mendapat perhatian sebagai pilihan strategi memenangkan persaingan ekonomi dengan terus dilakukannya inovasi dan kreativitas guna meningkatkan nilai tambah pada sector ekonomi. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia didukung oleh arahan Presiden RI bahwa ekonomi kreatif harus menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Hal ini juga didukung oleh kebijakan pemerintah mengenai meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, antara lain melalui pengembangan ekonomi kreatif dan peningkatan kapasitas inovasi dan teknologi (Perpres no.72 Tahun 2015 – RPJMN 2015-2019).

Ekonomi kreatif, dewasa ini telah tercatat memberikan pengaruh positif terhadap ekspor nasional. Pengaruh positif tersebut dalam bentuk peningkatan ekspor yang berasal dari ekonomi kreatif. Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi kreatif juga diketahui berpengaruh positif terhadap penyerapan tenaga kerja. Bahkan kontribusi industri kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi maupun penciptaan lapangan kerja menunjukkan peningkatan. Oleh karena itu, kebijakan yang dapat menciptakan situasi dan kondisi yang lebih kondusif bagi pertumbuhan dan pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia mutlak diperlukan. Hal ini dapat dilakukan salah satunya

dengan menetapkan skala prioritas bagi peningkatan pertumbuhan dan pengembangan ekonomi kreatif berdasarkan nilai tambah.

Upaya pengembangan dan peningkatan daya saing ekonomi kreatif ini juga menjadi perhatian Pemerintah Kotawaringin Barat melalui dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kotawaringin Barat Tahun 2017-2022. Dalam dokumen RPJMD Kotawaringin Barat Tahun 2017-2022 ditegaskan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif sebagai dampak lain dari pembangunan pariwisata belum signifikan sehingga diperlukan program pengembangan ekonomi kreatif. Melalui kegiatan pengembangan ekonomi kreatif diharapkan adanya kebijakan yang tepat dalam pengembangan ekonomi kreatif, mengingat setiap unsur dalam industri kreatif memiliki isu strategis yang spesifik. Untuk dapat merumuskan kebijakan yang tepat tersebut, tentu harus ada data dan informasi yang valid atas perkembangan ekonomi kreatif yang ada di Kotawaringin Barat berdasarkan nilai tambah.

Dengan demikian sangat urgent dilakukan Penyusunan Kajian Perhitungan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif di Kotawaringin Barat. Berdasarkan kajian nilai tambah tersebut, maka bisa disusun skala prioritas pengembangan ekonomi kreatif yang berdaya saing. Dokumen kajian ekonomi kreatif ini diharapkan mampu menjadi bahan pembangunan untuk mewujudkan ekonomi daerah yang mandiri, berdaya saing, berkeadilan dan berbasis pada ekonomi kerakyatan melalui pengembangan potensi ekonomi kreatif. Selain itu, kajian nilai tambah ini nantinya mampu menjembatani kepentingan dunia usaha dan pemerintah melalui peningkatan penanaman modal yang masih sangat potensial untuk terus dikembangkan demi mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan makmur.

1.2 Maksud dan Tujuan

Secara umum, maksud dan tujuan pelaksanaan Kajian Perhitungan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2023 ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Mengukur perkembangan ekonomi kreatif yang ada di Kotawaringin Barat.
2. Identifikasi struktur input ekonomi kreatif di Kotawaringin Barat.
3. Menganalisis Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat.

1.3 Output Kegiatan

Output dari kegiatan ini adalah :

1. Informasi dan data tentang kondisi *Existing* atau potret kondisi aktivitas usaha ekonomi kreatif di Kotawaringin Barat saat ini serta hasil analisisnya;
2. Hasil identifikasi dan analisis mengenai struktur input ekonomi kreatif di Kotawaringin Barat;
3. Hasil identifikasi dan analisis nilai tambah ekonomi kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat;

1.4 Ruang Lingkup Kegiatan

a. Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah pelaksanaan kegiatan Kajian Perhitungan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat ini adalah mencakup wilayah Kotawaringin Barat.

b. Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup pekerjaan yang dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah Kajian Perhitungan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat sebagai bagian dari upaya untuk mewujudkan percepatan pembangunan ekonomi daerah di Kabupaten Kotawaringin Barat melalui peningkatan kreatifitas penggunaan

sumber daya dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi daerah serta optimalisasi capaian kinerja pembangunan ekonomi melalui inovasi. Oleh karena itu, ruang lingkup kegiatan ini meliputi :

- a) Pengukuran perkembangan ekonomi kreatif yang ada di Kabuptaen Kotawaringin Barat;
- b) Pengidentifikasian struktur input ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat;
- c) Penganalisan nilai tambah ekonomi kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat;

BAPPEDALITBANG KAB KOBAR

BAB II

LANDASAN HUKUM

2.1 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014

Sesuai dengan Undang- Undang Perindustrian Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian yang menyatakan bahwa pembangunan nasional dibidang ekonomi, dilaksanakan dalam rangka menciptakan struktur ekonomi yang kukuh melalui pembangunan industri yang maju sebagai motor penggerak ekonomi yang didukung oleh kekuatan dan kemampuan sumber daya yang tangguh. Dalam pasal 43 dijelaskan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah memfasilitasi pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi masyarakat dalam pembangunan industri. Pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi masyarakat dilakukan dengan memberdayakan budaya industri dan/atau kearifan lokal yang tumbuh di masyarakat.

Dalam rangka pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi masyarakat, pemerintah dan pemerintah daerah melakukan upaya dengan cara, yaitu (1) penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat dalam berkreativitas dan berinovasi, (2) pengembangan sentra industri kreatif, (3) pelatihan teknologi dan desain, (4) konsultasi, bimbingan, advokasi, dan fasilitasi perlindungan Hak Kekayaan Intelektual khususnya bagi industri kecil, dan (5) fasilitasi promosi dan pemasaran produk industri kreatif di dalam dan luar negeri.

2.2 Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018- 2025

Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025 menyatakan

bahwa dalam rangka meningkatkan daya saing bangsa dan kontribusi usaha Ekonomi Kreatif dalam perekonomian nasional, diperlukan kerangka strategis pengembangan Ekonomi Kreatif nasional dalam jangka panjang yang menjadi pedoman bagi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah secara terintegrasi dan kolaboratif. Pengembangan Ekonomi Kreatif nasional secara terintegrasi dan kolaboratif perlu didukung dengan kreativitas sumber daya manusia dan inovasi dalam pembangunan nasional.

Dalam pasal 2 dijelaskan bahwa Rencana Induk pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional (Rindekraf) merupakan pedoman bagi pemerintah Pemerintah Daerah provinsi, dan pemerintah Kabupaten/Kota dalam melaksanakan pengembangan Ekonomi Kreatif nasional. Rencana Induk pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional (Rindekraf) memuat:

- a. prinsip pengembangan Ekonomi Kreatif nasional;
- b. visi dan misi;
- c. tujuan dan ruang lingkup; dan
- d. arah kebijakan, sasaran, strategi, dan pemangku kepentingan.

Dalam pasal 7 ayat (1) menjelaskan bahwa Penyelenggaraan Rindekraf meliputi tahapan perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi. Dalam mewujudkan pelaksanaan Rencana Induk pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional (Rindekraf) dibutuhkan pembiayaan yang cukup dan memadai. Pembiayaan yang diperlukan bagi pelaksanaan Rindekraf bersumber dari:

- a. anggaran pendapatan dan belanja negara;
- b. anggaran pendapatan dan belanja daerah; dan/atau
- c. sumber lain yang sah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.3 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2018

Sebagai pendukung dari regulasi yang berlaku yaitu Undang – Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, untuk melaksanakan ketentuan dari beberapa pasal yang ada maka perlu ditetapkan Peraturan

Pemerintah Nomor 29 Tahun 2018 tentang Pemberdayaan Industri. Membicarakan mengenai pemberdayaan industri, menurut Peraturan Pemerintah bahwa yang dimaksud dengan pemberdayaan industri adalah kebijakan dan upaya Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah yang terencana, terarah, dan terukur untuk memampukan dan memandirikan pelaku Industri secara partisipatif untuk peningkatan daya saing.

Sesuai dengan pasal 3, tujuan pemerintah melakukan pembangunan dan pemberdayaan IKM adalah untuk mewujudkan IKM yang berdaya saing, berperan signifikan dalam penguatan struktur industri nasional, berperan dalam pengetasan kemiskinan melalui perluasan kesempatan kerja, dan menghasilkan barang dan/atau jasa untuk diekspor. Untuk mewujudkan IKM sebagaimana dimaksud maka perlu dilakukan perumusan dan penetapan kebijakan, penguatan kapasitas kelembagaan, dan pemberian fasilitas. Sedangkan penguatan kapasitas kelembagaan tersebut berupa peningkatan kemampuan sentra IKM, unit pelayanan teknis, TPL, serta mengapa kerjasama dengan lembaga pendidikan merupakan salah satu cara atau strategi penguatan kapasitas kelembagaan, karena melalui kerjasama dengan lembaga pendidikan maka akan dilakukan pendidikan dan pelatihan, pendidikan inkubator wirausaha industri, survey dan riset pasar, dan/atau pemanfaatan hasil riset. Melalui lembaga pendidikan juga akan lebih mudah menanamkan jiwa wirausaha pada generasi muda, dengan demikian potensi jiwa wirausaha akan lebih banyak diketahui.

Selain itu, guna mendukung pengembangan perindustrian pemerintah juga merumuskan pasal khusus terkait dengan penetapan kebijakan. Di dalam pasal 47 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2018, yang dimaksud dengan penetapan kebijakan tersebut terdiri dari: penetapan jenis industri strategis, penetapan pemberian fasilitas, dan pemberian kompensasi kerugian.

Pemberian fasilitas sebagaimana dimaksud dilakukan oleh pemerintah pusat dalam rangka pembangunan dan pengembangan industri

strategis. Dimaka fasilitas tersebut diberikan kepada industri strategis yang melakukan pendalaman struktur, penelitian dan pengembangan teknologi, pengujian dan sertifikasi atau restrukturisasi mesin dan peralatan. Fasilitas yang diberikan berupa fasilitas fiskal dan fasilitas non fiskal. Fasilitas fiskal tersebut sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, sedangkan fasilitas non fiskal dapat diberikan paling sedikit dalam bentuk kemudahan pelayanan, kemudahan memperoleh lahan/lokasi dan pemberian bantuan teknis.

BAPPEDALITBANG KAB KOBAR

BAB III

KAJIAN TEORI

3.1 Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal yang berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasuseno (2014), "ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ke-3 dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan". Dalam sejarah ekonomi terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi yang dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, kemudian terbentuklah era informasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan di bidang teknologi dan informasi.

Dibidang teknologi informasi dan komunikasi seperti adanya internet, email, Google, PlayStore, dan sebagainya semakin mendorong manusia untuk menjadi lebih aktif dan produktif dalam menemukan teknologi baru. Industrialisasi menciptakan suatu pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan efisien.

Mengutip dari Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, 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. Kreativitas tidak hanya berbasis seni dan budaya akan tetapi juga berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, engineering dan ilmu telekomunikasi. Terdapat 3 pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi, dan penemuan.

a. **Kreativitas (*Creativity*)**

Kreativitas merupakan suatu kapasitas atau kemampuan yang menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum. Kreativitas juga dapat menghasilkan ide baru atau praktis sebagai sosial dari suatu masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada. Seseorang yang memiliki kreativitas dapat menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi diri sendiri maupun orang lain.

b. **Inovasi (*Innovation*)**

Inovasi merupakan ide atau gagasan yang kreatif dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk atau proses yang dapat bernilai tambah dan bermanfaat serta menghasilkan nilai jual yang lebih tinggi dan lebih bermanfaat.

c. **Penemuan (*Invention*)**

Penemuan merupakan penciptaan suatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi unik. Seperti aplikasi yang berbasis android dan IOS yang merupakan penemuan berbasis teknologi dan informasi untuk manusia lebih mudah melakukan kegiatan sehari-hari.

Ekonomi kreatif secara umum memiliki beberapa aspek yaitu kreativitas, hak kekayaan intelektual, makna simbolik bernilai guna atau barang-barang simbolik dan metode produksi. Banyak sekali perspektif atau pengertian mengenai ekonomi kreatif:

- a. Kementerian perdagangan menjelaskan bahwa ekonomi kreatif sebagai ekonomi yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan daya kreasi dan daya

cipta individu tersebut melekat pada produk barang atau jasa yang dihasilkan.

- b. *Howkins* menjelaskan ekonomi kreatif yaitu ekonomi yang mempunyai ciri-ciri keunggulan pada sisi kreativitas dalam menghasilkan berbagai desain kreatif yang melekat pada produk barang atau jasa yang dihasilkan.
- c. *Institute for Development Economy and Finance* menjelaskan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses peningkatan nilai ekonomi dari eksploitasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu menjadi suatu produk yang dapat di jual.

Dari beberapa pengertian ekonomi kreatif dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan inovasi, kreativitas, ide dan gagasan yang berasal dari sumber daya manusia, sehingga hasil produksinya baik barang maupun jasa memiliki nilai tambah. Ekonomi kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang memiliki keterkaitan dalam mengeksploitasi ide atau gagasan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi tinggi sehingga dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Ekonomi kreatif memiliki konsep yang berhubungan dengan seni budaya, kreativitas, individu, serta pemanfaatan teknologi dalam konteks untuk membangun sebuah produk atau jasa yang bernilai ekonomis. Istilah ekonomi kreatif mulai di kenal secara global sejak munculnya buku *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* oleh John Howkins.

Menurut John Howkins ekonomi kreatif adalah semua aktifitas ekonomi yang menjadikan kreativitas, budaya dan warisan budaya maupun lingkungan sebagai tumpuan dimasa yang akan datang. Industri kreatif menggunakan kreativitas, keterampilan serta bakat yang dimiliki untuk meningkatkan kesejahteraan dan menciptakan lapangan kerja. Ekonomi serta industri kreatif memadukan ide, seni dan teknologi dan upaya

memenuhi permintaan kebutuhan sesuai pertumbuhan ekonomi pada saat ini.

Ekonomi kreatif terus berkembang seiring dengan teknologi informasi yang mengakibatkan terjadinya kolaborasi global dalam era industri kreatif baru (Pasca- 2005). Ekonomi kreatif merupakan sebuah kegiatan yang di ciptakan dari ide-ide kreatif masyarakat untuk menciptakan suatu kreasi yang bernilai ekonomis dan memiliki daya jual yang tinggi serta mampu mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Ekonomi kreatif juga dapat mengenalkan informasi dan kreatifitas dengan mengunggulkan sumber daya manusia yang merupakan bagian produksi yang terbaik dalam aktivitas ekonomi, yang bertujuan mendapatkan kebutuhan hidup. Alvin Toffler membagi tiga gelombang ekonomi, yang pertama gelombang ekonomi, kedua gelombang ekonomi industri, dan yang terakhir gelombang ekonomi informasi. Sehingga diprediksi akan adanya gelombang ke empat yaitu gelombang ekonomi kreatif yang mengarah kepada pemikiran-pemikiran yang bersifat kreatif.

3.2 Sejarah Ekonomi Kreatif

Pada tahun 2005, mantan Presiden Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono menyatakan tentang pentingnya mengembangkan industri pada sektor yang bersumber pada kerajinan dan kreativitas bangsa. Setelah itu, pada tahun 2006, menteri perdagangan RI saat itu, Dr. Mari Elka Pangestu meluncurkan program Indonesia Design Power di jajaran Departemen Perdagangan RI, suatu program pemerintah yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk produk Indonesia dipasar domestik maupun luar negeri. Program Indonesian Design Power menitik beratkan pada pengembangan sektor jasa, dan dapat memberikan ruang bagi pelaku dan industri kreatif. Setelah itu, istilah Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif mulai sering diperbincangkan masyarakat Indonesia.

Setelah itu, disahkannya Inpres No.6/2009 pada tahun 2009 serta dicanangkan sebagai Tahun Indonesia Kreatif oleh Presiden SBY. Pada tahun yang sama, Pameran Virus Kreatif yang mencakup sektor industri kreatif dan Pameran Pangan Nusa yang mengenalkan industri pangan Indonesia diselenggarakan dan berjalan sukses. Hal ini menjadi bukti bahwa perkembangan Industri kreatif di Indonesia mengarah pada tren yang positif.

Pada tahun 2010, dibuat suatu platform digital yang bernama Ekonomi Kreatif Indonesia (indonesiakreatif.net) yang berfungsi untuk wadah bagi masyarakat indonesia untuk mengetahui perkembangan industri kreatif di Indonesia. Disisi lain, mulai adanya sosialisasi yang semakin intens dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah dalam perihal pembuatan data eksportir, importir, para pengusaha, kalangan asosiasi dan para pelaku industri kreatif serta lembaga pendidikan formal maupun non-formal.

Perkembangan lainnya ialah pembuatan cetak biru "Rencana Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2025". Dimuat pula rencana pengembangan 15 sub-sektor industri kreatif tahun 2009-2015 (Inpres No. 6 Tahun 2009) yang mendukung kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif tahun 2009-2015.

Prioritas pada periode tahun 2009-2014 mencakup 7 kelompok industri kreatif, yaitu Arsitektur, Fesyen, Kerajinan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Periklanan, Permainan Interaktif serta Riset dan Pengembangan. Tekad pemerintah dipertegas dalam pidato Presiden RI di pembukaan Pameran Pekan Budaya Indonesia di Jakarta, yang tengah bersiap-siap menyambut era Ekonomi Kreatif ini, dimana kepala negara menyebutnya sebagai ekonomi gelombang ke-4.

3.3 Jenis-Jenis Ekonomi Kreatif

A. Jenis-jenis Ekonomi Kreatif berdasarkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Saat ini, sub sektor ekonomi kreatif sudah bertambah satu sektor, yaitu sektor kuliner. Total sampai saat ini ada 16 sub-sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pemetaan Industri kreatif di Indonesia ditetapkan berdasarkan studi akademik atas Klasifikasi Baku Usaha Industri Indonesia (KBLI) yang diolah dari data Badan Pusat Jenis-jenis Ekonomi Kreatif berdasarkan intruksi presiden nomor 72 Tahun 2015 yang merupakan industri berbasis kreativitas adalah:

1) Pengembangan Permainan

Pengembangan permainan adalah suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristi setidaknya berupa tujuan (objective) dan aturan (rules). Dalam perkembangannya, pengembangan permainan didefinisikan melalui dua pendekatan yang berbeda, yaitu naratologi dan ludologi. Paham naratologi menyatakan bahwa permainan interaktif tidak lain adalah sebuah cyberdrama yang mempunyai plot, karakter, dan semesta, sehingga pemain dapat berganti peran menjadi tokoh dalam game dan berinteraksi di dunia yang lain. Sedangkan paham ludologi melihat permainan interaktif sebagai tindakan yang mempunyai aturan main, antar muka dan konsep permainannya sendiri. Para penganut paham ludology berpendapat bahwa meski suatu permainan mempunyai plot, karakter, dan semesta, hal tersebut semata-mata hanya merupakan pelengkap dari yang tugas yang harus diselesaikan oleh pemain.

2) Kriya

Kerajinan (kriya) merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk

fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga dari tematik produknya.

3) Desain Interior

Desain interior didefinisikan sebagai kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior, menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup, dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik.

4) Musik

Musik didefinisikan sebagai segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.

5) Seni Rupa

Seni rupa didefinisikan sebagai penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.

6) Desain Produk

Desain produk didefinisikan sebagai layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik (Industrial Design Society of America- IDSA). Desain produk merupakan bidang seni terapan yang menggabungkan banyak bidang ilmu, seperti ilmu perilaku manusia, ilmu perangkat perantara manusia dan mesin, lingkungan, dan produk tersebut sendiri, dalam proses pembuatan produknya.

7) Fesyen

Fesyen didefinisikan sebagai gaya baru dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok.

8) Kuliner

Kuliner didefinisikan sebagai kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

9) Film, Animasi dan Video

Film didefinisikan sebagai karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audiovisual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi.

Definisi tersebut dijelaskan lebih lanjut dengan kata kunci sebagai berikut:

- a. Karya seni adalah objek yang merupakan hasil dari ekspresi seorang pencipta melalui kegiatan berkesenian
- b. Gambar bergerak adalah serangkaian gambar yang berurutan lalu diproyeksikan dengan kecepatan tinggi sehingga menghasilkan ilusi gerak
- c. Ide atau gagasan adalah konsep mengenai sesuatu yang dapat disampaikan lewat berbagai cara dan bentuk kepada orang lain
- d. Audiovisual adalah pandang-dengar, karya yang memiliki elemen gambar sekaligus suara
- e. Sinematografi adalah seni dan ilmu pengetahuan menyangkut teknologi gambar bergerak.

10) Fotografi

Fotografi didefinisikan sebagai sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.

11) Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual didefinisikan sebagai proses desain yang tujuan utamanya adalah menyampaikan gagasan atau ide yang menggunakan bantuan visual.

12) Televisi dan Radio

Televisi didefinisikan sebagai kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

Radio didefinisikan sebagai kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi secara berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

13) Arsitektur

Arsitektur didefinisikan sebagai wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia, sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang.

14) Periklanan

Periklanan didefinisikan sebagai bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasarannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.

15) Seni Pertunjukan

Seni pertunjukan didefinisikan sebagai cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (performers), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (audiences); baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tarian; yang terjadi secara langsung (live) di dalam ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (hic et nunc).

16) Penerbitan

Penerbitan didefinisikan sebagai suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media daring menggunakan perangkat elektronik, ataupun media baru untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.

17) Aplikasi

Aplikasi didefinisikan sebagai pemanfaatan gawai oleh masyarakat dalam berbagai jenis fitur digital seperti peta atau navigasi, media sosial, berita, bisnis, musik, penerjemah, permainan dan lain sebagainya dengan tujuan mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

B. Jenis-jenis Ekonomi Kreatif berdasarkan intruksi Presiden Nomor 72 Tahun 2015 yang merupakan industri berbasis kreativitas adalah:

1) Periklanan

Kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan.

2) Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro sampai dengan level mikro (misalnya: arsitektur taman, desain interior, dan lainnya).

3) Desain

Kegiatan yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

4) Pasar Barang Seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai kegiatan estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.

5) Kerajinan

Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai 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.

6) Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

7) Fashion

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya.

8) Permainan Interaktif

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.

9) Video, Film dan Fotografi

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film.

10) Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi.

11) Riset dan Pengembangan

Industri kreatif pada riset dan pengembangan meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu pengetahuan dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

12) Penerbitan dan Percetakan

Meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, dan tabloid.

13) Seni Pertunjukan

Yakni kegiatan kreatif yang berhubungan dengan seni drama, teater dan karawitan, serta tari.

14) Televisi dan Radio

Yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran dan transmisi televisi dan radio.

15) Industri Kuliner

Yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kuliner/masakan/makanan ciri khas Indonesia.

16) Aplikasi dan Game Developer

Yakni kegiatan kreatif yang meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan digitalisasi pada pengembangan aplikasi atau game.

3.4 Peran Ekonomi Kreatif

Indonesia perlu mengembangkan ekonomi kreatif sebab memiliki kesempatan yang besar untuk:

- a. Memberikan kontribusi bagi perekonomian.
- b. Menciptakan Iklim bisnis yang positif.
- c. Kepada sumber daya yang terbarukan.
- d. Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa.
- e. Memberikan dampak sosial yang positif.

3.5 Pengaruh Ekonomi Kreatif

Menurut *Daubaraite dan Startine* menjelaskan ekonomi kreatif yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perekonomian suatu negara. Pengaruh tersebut diantaranya yaitu:

- a. Ekonomi kreatif dapat mengurangi angka pengangguran di suatu negara.
- b. Ekonomi kreatif akan memberikan tambahan nilai terhadap kontribusi dalam produk domestik bruto yang dapat berkembang apabila ekonomi kreatif mengalami pertumbuhan.
- c. Ekonomi kreatif dapat meningkatkan jumlah ekspor negara. Sehingga pelaku ekonomi kreatif harus meningkatkan kualitas produksi sebaik mungkin untuk menarik perhatian para konsumen dan juga untuk bersaing dengan negara manapun, baik luar negeri maupun dalam negeri.
- d. Ekonomi kreatif mampu memberikan dampak baik untuk pengembangan sosial dan budaya dari suatu masyarakat.
- e. Hasil dari kegiatan ekonomi kreatif berdampak positif pada peningkatan pemberdayaan masyarakat.
- f. Ekonomi kreatif memberikan kesempatan kepada para kalangan pemuda untuk bisa mengeksplorasi ide kreatif mereka, sehingga mampu meningkatkan kesempatan kerja mereka.
- g. Pengaruh yang terakhir yaitu pada keadaan masyarakatnya sendiri sebagai pelaku ekonomi kreatif.

3.6 Dampak Ekonomi Kreatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) dampak merupakan pengaruh kuat yang akan menimbulkan suatu akibat baik atau buruk. Dampak yang muncul akibat dari perubahan gelombang yaitu dengan adanya daya saing atau kompetensi pasar yang semakin besar. Kondisi ini menuntut untuk mencari cara supaya bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin untuk mempertahankan eksistensinya.

Menurut Alfian, dampak ekonomi kreatif yang terjadi dapat ditinjau dari:

- a. Dilihat dari sudut ekonomi, keberhasilan industri akan menghasilkan perubahan yang berarti dalam struktur perekonomian masyarakat.
- b. Dilihat dari bidang sosial, diperkirakan industri akan menghasilkan perubahan struktur sosial dimana sebagian besar masyarakat menggantungkan mata pencahariannya pada sektor industri.
- c. Dilihat dari segi budaya, industri akan menghasilkan perubahan nilai-nilai dan pola gaya hidup masyarakat.

Dalam penjelasan tersebut terdapat beberapa dampak positif yang terjadi diantaranya; penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat. Adapun dampak negatif yang terjadi seperti pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh industri.

3.7 Indikator Ekonomi Kreatif

Menurut Deni Dwi Hartono dan Malik Cahyadi, Indikator keberlangsungan dalam ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

- a. Produksi

Teori Produksi adalah teori yang menggambarkan hubungan antara jumlah input dan output (yang berupa barang atau jasa) yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode. Menurut Adiwarmanto dalam teori konvensional disebutkan bahwa teori produksi ditunjukkan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan (input) untuk produksi dan menjual keluaran (output) atau produk. Ia menyebutkan dalam teori produksi juga memberikan penjelasan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya.

- b. Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Para Ekonomis mendeskripsikan pasar sebagai

kumpulan pembeli dan penjual yang bertransaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu. Selanjutnya pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

c. Manajemen dan Keuangan

Stoner sebagaimana dikutip Handoko merumuskan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisaasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan sustainability (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

d. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah didefinisikan sebagai suatu organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Sebagai sebuah kesatuan politik, atau aparat/alat negara yang memiliki badan yang mampu memfungsikan dan menggunakan otoritas/kekuasaan. Dengan ini pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menetapkan hukum serta undang-undang diwilayah tertentu. Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Hal ini disebabkan karena pengembangan industri kreatif bukan hanya pada

pengembangan industri, tetapi juga meliputi pengembangan ideologi, politik, sosial dan budaya.

e. Kemitraan Usaha

Kemitraan menurut Undang-Undang nomor 9 tahun 1995 kemitraan dikatakan sebagai kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, saling menguntungkan, dalam hal ini merupakan suatu landasan sebagai pengembangan usaha.

3.8 Pemanfaatan Hasil Ekonomi Kreatif

Pemerintah telah menetapkan pengembangan ekonomi kreatif sebagai bagian dari agenda prioritas nasional, serta membentuk BEKRAF untuk mengawal perkembangan ekonomi kreatif. Untuk mewujudkan ekonomi kreatif sebagai kekuatan ekonomi baru Indonesia, pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dalam jangka panjang diarahkan tidak hanya untuk menumbuhkembangkan industri kreatif tetapi lebih jauh lagi mampu mengarusutamakan kreativitas dan inovasi di setiap sektor dan kehidupan bermasyarakat.

Dalam pembangunan nasional, Ekonomi kreatif memiliki peran sentral dalam mewujudkan lima misi utama pembangunan jangka panjang nasional 2005-2025 seperti yang tertuang dalam Undang Undang Nomor 17 Tahun 2007, yaitu:

- a. Mewujudkan karakter bangsa sebagai bangsa beriman dan bertaqwa, berbudi luhur, bertoleran, bergotong royong, berjiwa patriotik, berkembang dinamis, dan berorientasi ilmu pengetahuan dan teknologi, serta memantapkan budaya bangsa, meningkatkan peradaban, harkat dan martabat manusia Indonesia, serta menguatnya jati diri dan kepribadian bangsa.

- b. Terwujudnya bangsa yang berdaya saing untuk mencapai masyarakat yang lebih makmur dan sejahtera. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam: (a) meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan berkesinambungan yang ditunjukkan dari peningkatan pendapatan perkapita, penurunan tingkat pengangguran terbuka dan jumlah penduduk miskin; (b) meningkatkan kualitas sumber daya manusia, termasuk peran perempuan dalam pembangunan. yang ditunjukkan dari peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dan Indeks Pembangunan Gender (IPG), serta pertumbuhan penduduk yang seimbang; (c) membangun struktur perekonomian yang kokoh berlandaskan keunggulan kompetitif meliputi sektor pertanian, pertambangan, industri manufaktur, serta jasa; dan (d) meningkatkan profesionalisme aparatur negara (pusat dan daerah).
- c. Terwujudnya pemerataan pembangunan dan berkeadilan. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam: (a) meningkatkan pembangunan yang makin merata ke seluruh wilayah yang dapat ditunjukkan dengan meningkatnya kualitas hidup dan kesejahteraan, serta menurunnya kesenjangan; (b) mewujudkan lingkungan perkotaan dan perdesaan yang sesuai dengan kehidupan yang baik, berkelanjutan, serta mampu memberikan nilai tambah bagi masyarakat.
- d. Terwujudnya Indonesia asri dan lestari. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam: (a) meningkatkan kualitas pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya alam dan pelestarian fungsi lingkungan hidup yang dicerminkan oleh tetap terjaganya fungsi, daya dukung, dan kemampuan pemulihannya dalam mendukung kualitas kehidupan; (b) memelihara kekayaan keragaman jenis dan kekhasan sumber daya alam untuk mewujudkan nilai tambah, daya saing bangsa, serta modal pembangunan nasional; dan (c) meningkatkan kesadaran, sikap mental, dan perilaku masyarakat

dalam pengelolaan sumber daya alam dan pelestarian fungsi lingkungan hidup.

- e. Terwujudnya peranan Indonesia yang meningkat dalam pergaulan dunia internasional. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam: (a) memperkuat dan mempromosikan identitas nasional sebagai negara demokratis dalam tatanan masyarakat internasional; (b) memulihkan posisi penting Indonesia sebagai negara demokratis besar (keberhasilan diplomasi di fora internasional); (c) meningkatkan kepemimpinan dan kontribusi Indonesia dalam berbagai kerja sama internasional; (d) mewujudkan kemandirian nasional dalam konstelasi global; (e) meningkatkan investasi perusahaan Indonesia di luar negeri.

BAPPEDALITBANG KABKOTABAR

BAB IV

PENDEKATAN DAN METODOLOGI

4.1 Pendekatan Sektoral

Nilai PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat atas dasar harga berlaku pada tahun 2021 sudah mencapai 23,71 triliun rupiah. Secara nominal, nilai PDRB ini mengalami kenaikan sebesar 3,19 triliun rupiah dibandingkan dengan tahun 2020. Terjadi kenaikan nilai PDRB yang sangat tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya produksi regional dan adanya inflasi.

Berdasarkan harga konstan 2010, angka PDRB juga mengalami kenaikan, dari 13,00 triliun rupiah pada tahun 2020 menjadi 13,73 triliun rupiah pada tahun 2021. Meskipun pandemi covid- 19 belum usai, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2021 mencapai 5,61 persen. Pertumbuhan ini meningkat sangat signifikan jika dibandingkan dengan tahun 2020 yang hanya tumbuh sebesar 0.98 persen. Kenaikan PDRB ini murni disebabkan oleh meningkatnya produksi di seluruh lapangan usaha, tanpa adanya pengaruh inflasi.

A. Struktur Ekonomi

Besarnya peranan berbagai lapangan usaha ekonomi dalam memproduksi barang dan jasa sangat menentukan struktur ekonomi suatu daerah. Struktur ekonomi yang terbentuk dari nilai tambah yang diciptakan oleh lapangan usaha menggambarkan seberapa besar ketergantungan suatu daerah terhadap kemampuan berproduksi dari setiap lapangan usaha.

Selama lima tahun terakhir (2017- 2021) struktur perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat didominasi oleh 5 (lima) kategori lapangan usaha, diantaranya: Industri Pengolahan; Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor; Konstruksi; dan Transportasi dan Pergudangan. Hal ini dapat dilihat dari peranan masing- masing lapangan usaha terhadap pembentukan PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat.

Tabel 4.1 Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Kotawaringin Barat Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha 2017-2021

	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
A	Pertanian Kehutanan dan Perikanan	25,75	24,87	23,88	25,33	26,29
B	Pertambangan dan Penggalian	1,25	1,27	1,33	1,25	1,12
C	Industri Pengolahan	26,26	25,54	24,59	25,40	27,01
D	Pengadaan Listrik dan Gas	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,08	0,09	0,09	0,09	0,08
F	Konstruksi	8,69	9,11	9,58	8,05	8,19
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda	12,56	13,26	13,78	14,04	13,08

	Motor					
H	Transportasi dan Pergudangan	8,18	8,59	8,97	7,80	7,25
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1,35	1,36	1,38	1,27	1,14
J	Informasi dan Komunikasi	0,92	0,90	0,93	0,92	0,87
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	5,04	4,92	5,00	5,18	4,95
L	Real Estate	1,84	1,93	2,00	1,98	1,80
M,N	Jasa Perusahaan	0,05	0,05	0,05	0,04	0,04
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3,33	3,24	3,38	3,62	3,46
P	Jasa Pendidikan	2,55	2,65	2,76	2,84	2,57
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,13	1,17	1,20	1,47	1,51
R,S,T,U	Jasa Lainnya	0,96	1,00	1,03	0,67	0,59
	PDRB	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan tabel di atas, peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2021 dihasilkan oleh lapangan usaha Industri Pengolahan, yaitu mencapai 27,01 persen. Selanjutnya lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 26,29 persen, disusul oleh lapangan usaha Perdagangan Besar

dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Sepeda Motor sebesar 13,08 persen. Selain itu ada 2 (dua) lapangan usaha lain yang memiliki peranan cukup besar, yaitu kategori Konstruksi dan kategori Transportasi dan Pergudangan yang memiliki peranan masing-masing sebesar 8,19 persen dan 7,25 persen. Lapangan usaha lain yang tidak disebut diatas, masing-masing memiliki peranan yang tidak lebih dari 6 (enam) persen dan secara keseluruhan peranannya tidak mencapai 20 persen.

Peranan lapangan usaha Industri Pengolahan serta lapangan usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan bagi perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2021 mencapai lebih dari 50 persen. Besarnya peranan kedua kategori lapangan usaha tersebut tidak lain karena adanya komoditas kelapa sawit, yaitu adanya perkebunan kelapa sawit serta pengolahan minyak kelapa sawit atau *Crude Palm Oil* (CPO) dan turunannya.

Peranan lapangan usaha Industri Pengolahan pada tahun 2021 mencapai lebih dari 27 persen. Peranan tersebut menjadi peranan terbesar bagi lapangan usaha tersebut selama ini. Peningkatan harga CPO dunia akibat kurangnya pasokan turut meningkatkan PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat secara nominal yang merupakan salah satu daerah pengekspor komoditas CPO dan industri turunannya.

Pandemi covid-19 yang mulai masuk ke Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2020 sangat berdampak pada perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat. Meskipun sudah berlangsung lebih dari satu tahun, dampak pandemi covid-19 masih terasa bagi perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat. Beberapa lapangan usaha masih belum kembali normal seperti sebelum terjadinya pandemi covid-19 dan mengakibatkan menurunnya peranan beberapa lapangan usaha. Lapangan usaha sektor jasa masih cukup kesulitan untuk meningkatkan peranannya terhadap perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat.

B. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator makro untuk melihat kinerja perekonomian secara riil di suatu wilayah. Laju pertumbuhan ekonomi dihitung berdasarkan perubahan PDRB atas dasar harga konstan tahun yang bersangkutan terhadap tahun sebelumnya. Pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai pertambahan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan oleh semua lapangan usaha kegiatan ekonomi yang ada di suatu wilayah selama kurun waktu setahun.

Nilai PDRB atas dasar harga konstan tahun 2010 Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang cukup tinggi meskipun pandemi Covid-19 belum usai. Nilai PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat tahun 2021 atas dasar harga konstan 2010, mencapai 13,73 triliun rupiah. Angka tersebut naik 0,72 triliun rupiah dibandingkan tahun 2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa selama tahun 2021 terjadi pertumbuhan ekonomi sebesar 5,61 persen, jauh meningkat dibandingkan dengan tahun 2020 yang hanya tumbuh sebesar 0,98 persen.

Meningkatnya pertumbuhan ekonomi selama tahun 2021 dikarenakan sudah membaiknya beberapa kategori lapangan usaha pasca Pandemi Covid-19. Upaya perbaikan ekonomi yang dilakukan pemerintah untuk menanggulangi dampak covid-19 sudah cukup berhasil. Selain itu, meningkatnya harga CPO dunia turut mendorong peningkatan produksi komoditi yang merupakan komoditas terbesar di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Tabel 4.2 Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2010 Kabupaten Kotawaringin Barat Menurut Lapangan Usaha (persen), 2017-2021

	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
A	Pertanian Kehutanan dan Perikanan	7,15	6,77	3,71	2,35	2,62
B	Pertambangan dan Penggalan	-1,95	4,25	7,87	-0,18	-5,09
C	Industri Pengolahan	9,30	7,52	5,33	2,90	6,60
D	Pengadaan Listrik dan Gas	2,47	7,36	9,39	11,56	3,59
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	3,37	7,00	9,34	-3,35	9,05
F	Konstruksi	6,74	5,00	7,17	-12,04	12,05
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	5,98	7,44	6,40	2,99	5,71
H	Transportasi dan Pergudangan	4,94	8,22	8,09	-8,28	6,93
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5,58	5,74	6,34	-5,65	2,41
J	Informasi dan Komunikasi	4,57	2,96	8,12	7,58	7,45
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	4,67	2,17	6,68	9,76	6,62
L	Real Estate	2,24	6,25	6,60	3,26	2,25
M,N	Jasa Perusahaan	3,01	4,98	6,73	-12,46	2,99
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	7,14	-0,26	8,81	8,88	9,83
P	Jasa Pendidikan	3,34	6,97	8,22	8,06	2,05
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	4,19	5,98	7,68	26,67	14,39

R,S,T,U	Jasa Lainnya	6,55	7,80	7,34	-31,82	-2,90
	PDRB	6,80	6,48	5,79	0,98	5,61

Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan tabel diatas pada tahun 2021, beberapa kategori lapangan usaha sudah kembali meningkat dan kembali ke level sebelumnya setelah mengalami penurunan pada tahun 2020 akibat pandemi covid-19. Salah satunya adalah kategori Konstruksi yang mampu tumbuh sebesar 12,05 persen setelah mengalami penurunan yang cukup tinggi pada tahun sebelumnya. Kategori lain seperti Transportasi dan Pergudangan, Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum, serta Jasa Perusahaan juga mengalami kontraksi setelah terjadi penurunan pada tahun sebelumnya. Meskipun begitu, masih ada kategori yang mengalami pertumbuhan negatif akibat masih terdampak pandemi covid-19 maupun penyebab lainnya. Kategori Pertambangan dan Penggalian serta kategori Jasa Lainnya masih mengalami pertumbuhan negatif pada tahun 2021.

Pada tahun 2021, beberapa lapangan usaha mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi. Pertumbuhan tertinggi dicapai oleh kategori Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial yang tumbuh sebesar 14,39 persen. Upaya untuk mengencakan vaksinasi menjadi salah satu pendorong tingginya pertumbuhan pada kategori tersebut. Kategori lain yang juga mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi adalah kategori Konstruksi dan kategori Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib yang masing- masing tumbuh sebesar 12,05 persen dan 9,83 persen. Anggaran pemerintah untuk pembangunan infrastruktur dan pelayanan publik turut mendorong pertumbuhan pada kategori tersebut.

C. PDRB Per Kapita

Salah satu indikator tingkat kemakmuran penduduk di suatu daerah/wilayah dapat dilihat dari nilai PDRB per kapita, yang merupakan hasil bagi antara nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh kegiatan ekonomi dengan jumlah penduduk. Oleh karena itu, besar kecilnya jumlah penduduk akan mempengaruhi nilai PDRB per kapita, sedangkan besar kecilnya nilai PDRB sangat tergantung pada potensi sumber daya alam dan faktor-faktor produksi yang terdapat di daerah tersebut. PDRB per kapita atas dasar harga berlaku menunjukkan nilai PDRB per kepala atau per satu orang penduduk.

**Tabel 4.3 Produk Domestik Regional dan PDRB Perkapita
Kabupaten Kotawaringin Barat, 2017-2021**

Nilai PDRB/GRDP (Milliar Rupiah/Billion rupiahs)					
	2017	2018	2019	2020*	2021**
- ADHB/ at current price	16.34 4,8	17.82 7,4	19.33 2,1	20.52 1,9	23.71 7,8
- ADHK/ at 2010 Constant Price	11.43 2,7	11.43 2,7	11.43 2,7	11.43 2,7	11.43 2,7
- Pertumbuhan PDRB ADHK/Growth of GRDP at 2010 Constant Price	6,80	6,48	5,79	0,98	5,61
PDRB per Kapita/Per Capita GRDP (Ribu Rupiah/Thousand rupiahs)					
- ADHB/ at current price	55.34 0,6	58.62 7,1	64.10 6,3	75.98 4,0	87.02 7,9
- ADHK/ at 2010 Constant Price	38.70 9,1	40.03 2,9	42.70 3,0	48.14 9,3	50.39 4,2
- Pertumbuhan PDRB per Kapita ADHK 2010/ Growth of Per Capita GRDP at 2010 Constant Price	3,68	3,42	NA	NA	4,66
Jumlah Penduduk (orang)/ Population (people)	295.3 49	304.0 82	301.5 63	270.0 82	272.5 31
Pertumbuhan Jumlah Penduduk (Persen)/ Population Growth (Percent)	3,01	2,96	NA	NA	0,91

Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan table di atas, menjelaskan bahwa nilai PDRB per kapita Kabupaten Kotawaringin Barat atas dasar harga berlaku sejak tahun 2017 hingga 2021 senantiasa mengalami kenaikan. Pada tahun

2021, PDRB per kapita Kabupaten Kotawaringin Barat secara nominal sudah mencapai 87,02 juta rupiah, meningkat sebesar 11,04 juta rupiah dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Secara rill atas dasar harga tahun 2010, nilai PDRB per kapita Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2021 adalah sebesar 50,39 juta rupiah. Nilai tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2020 sebesar 48,14 juta rupiah, atau meningkat sebesar 4,66 persen.

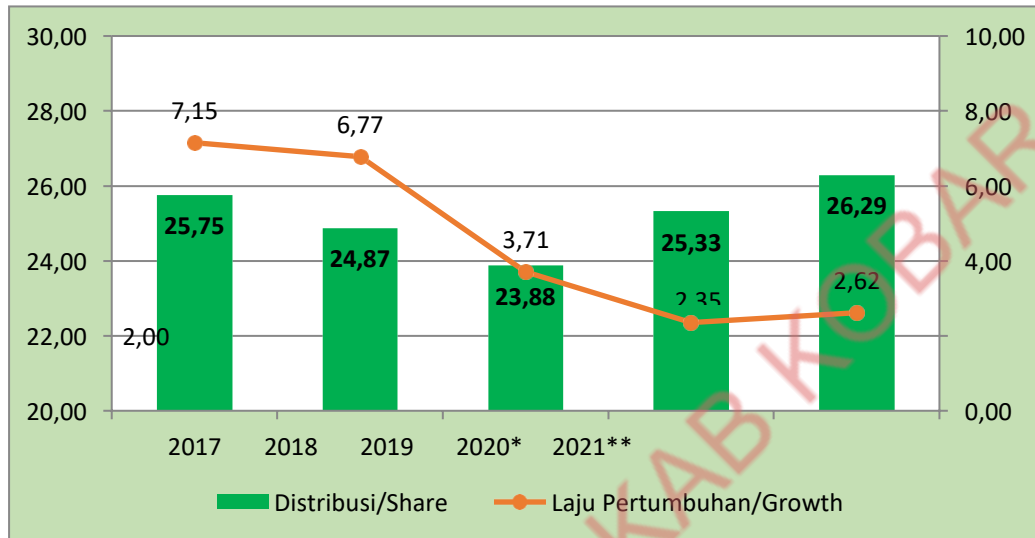
D. Pertumbuhan dan Peranan PDRB Kotawaringin Barat Menurut Lapangan Usaha

Produk Domestik Regional Bruto menurut lapangan usaha dirinci menjadi 17 kategori. Sebagian besar kategori dirinci lagi menjadi subkategori, disesuaikan dengan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2009. Berikut uraian perkembangan di setiap lapangan usaha periode 2017-2021.

1. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan

Kategori ini mencakup Subkategori Pertanian, Peternakan, Perburuan, dan Jasa pertanian; Subkategori kehutanan dan Penebangan Kayu; dan Subkategori Perikanan. Subkategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan meliputi Tanaman Pangan, Tanaman Hortikultura, Tanaman Perkebunan, Peternakan, dan Jasa Pertanian dan Perburuan. Lapangan usaha ini masih menjadi tumpuan dan harapan dalam penyerapan tenaga kerja. Kontribusi kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan terhadap PDRB Kotawaringin Barat tahun 2021 mencapai 6,23 triliun rupiah atau sebesar 26,29 persen. Peranan tersebut menjadi yang terbesar dalam 5 (lima) tahun terakhir dikarenakan harga kelapa sawit, yang merupakan kontributor terbesar dalam kategori ini, terdongkrak dengan naiknya harga CPO dunia.

Gambar 4.1 Peranan dan Laju Pertumbuhan Kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)



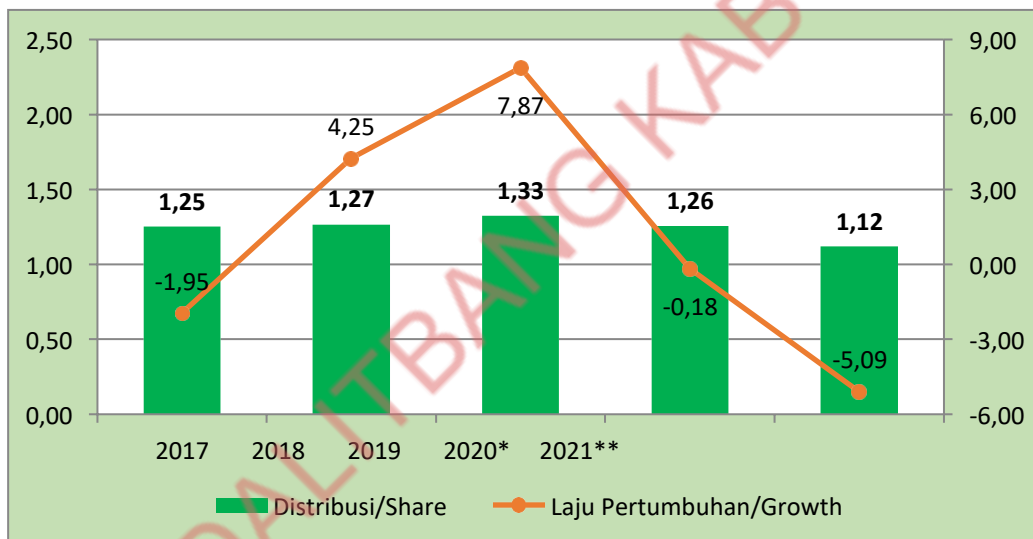
Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan gambar di atas, pada tahun 2021 kategori ini tumbuh sebesar 2,62 persen, sedikit mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2020 yang tumbuh sebesar 2,35 persen. Upaya Pemerintah Daerah untuk mengembangkan pertanian dalam arti luas dalam beberapa tahun terakhir cukup berhasil, khususnya pada usaha pertanian hortikultura. Salah satu komoditas yang cukup berhasil dikembangkan di Kabupaten Kotawaringin Barat adalah semangka. Hasil panen komoditas tersebut mampu diekspor ke Malaysia melalui Kalimantan Barat. Sayangnya trek yang terjadi pada buah kelapa sawit akibat cuaca yang tidak menentu membuat pertumbuhan kategori ini relatif rendah. Tingginya harga TBS mampu mendorong para petani kelapa sawit untuk berusaha meningkatkan hasil penennya sehingga pertumbuhannya masih lebih tinggi dibandingkan tahun lalu.

2. Pertambangan dan Penggalian

Kategori Pertambangan dan Penggalian dirinci menjadi 4 subkategori, antara lain: subkategori Pertambangan Minyak, Gas, dan Panas Bumi; subkategori Pertambangan Batubara dan Lignit; subkategori Pertambangan Bijih Logam; dan subkategori pertambangan dan Penggalian lainnya. Di Kotawaringin Barat hanya ada subkategori Pertambangan Bijih Logam, dan subkategori Pertambangan dan Penggalian lainnya.

Gambar 4.2 Peranan Laju Pertumbuhan Kategori Pertambangan Dan Penggalian Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)



Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

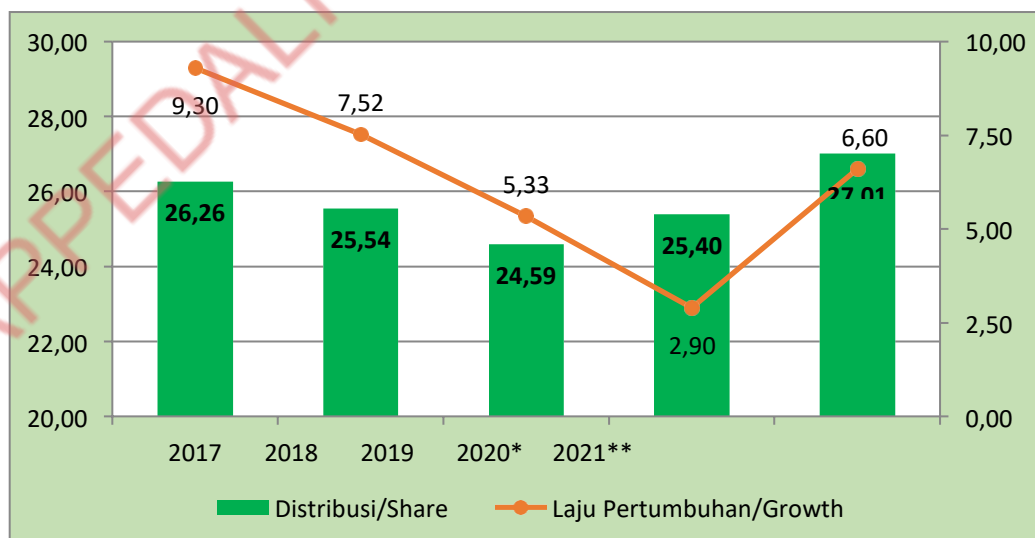
Berdasarkan gambar diatas, PDRB kategori Pertambangan dan Penggalian tahun 2021 sebesar 265,23 milyar rupiah. Kategori ini memiliki peranan sebesar 1,12 persen. Pada tahun 2021, kategori ini mengalami penurunan pertumbuhan sebesar -5,09 persen. Penurunan ini diakibatkan karena adanya tragedi tertimbunnya pekerja tambang di Sungai Seribu sehingga dilakukan penertiban dan penutupan tambang emas yang tidak memiliki izin.

3. Industri Pengolahan

Kategori Industri Pengolahan terdiri dari 16 subkategori usaha industri. Namun tidak semua yang ada pada kategori Industri Pengolahan ada di Kabupaten Kotawaringin Barat, seperti Industri Batubara dan Pengilangan Migas, Industri Pengolahan Tembakau, dan lain sebagainya. Salah satu kegiatan Industri Pengolahan yang terbesar di Kotawaringin Barat adalah kegiatan industri turunan kelapa sawit, khususnya industri CPO.

Kategori Industri Pengolahan adalah kategori dengan peranan terbesar bagi PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat. Nilai PDRB kategori Industri Pengolahan tahun 2021 adalah sebesar 6,40 triliun rupiah. Kategori ini memiliki peranan sebesar 27,01 persen terhadap perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat. Kenaikan harga CPO dunia mampu meningkatkan kontribusi kategori ini pada level tertinggi pada tahun 2021 ini.

Gambar 4.3 Peranan Laju Pertumbuhan Kategori Industri Pengolahan Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)



Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan gambar diatas, pada tahun 2021 laju pertumbuhan kategori Industri Pengolahan adalah sebesar 6,60 persen, mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2020 yang tumbuh sebesar 2,90 persen. Dampak pandemic covid-19 yang terjadi pada tahun lalu sudah mampu diatasi oleh dunia usaha. Beberapa industri yang sempat mengalami penurunan produksi, pada tahun 2021 sudah mulai kembali mengalami peningkatan. Selain itu, sudah mulai terjadi hilirisasi produk, dimana industri minyak goreng sudah meningkat sangat pesat sehingga terjadi peningkatan ekspor yang tinggi pada komoditas tersebut. Meskipun sempat terjadi trek pada buah kelapa sawit yang menyebabkan menurunnya produksi CPO, industri minyak goreng tetap berkembang dengan mendatangkan CPO dari luar daerah.

4. Pengadaan Listrik dan Gas

Kategori Pengadaan Listrik dan Gas merupakan salah satu kategori dengan kontribusi terkecil bagi perekonomian Kotawaringin Barat. Nilai PDRB kategori ini pada tahun 2021 adalah sebesar 12,25 miliar rupiah atau hanya 0,05 persen dari total PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat.

Pada tahun 2021, kategori ini mengalami pertumbuhan sebesar 3,59 persen. pertumbuhan tersebut mengalami perlambatan yang cukup besar bila dibandingkan tahun 2020 yang mampu tumbuh sebesar 11,56 persen. Meskipun mengalami perlambatan, namun kategori ini masih mengalami peningkatan. Perluasan jaringan yang terus terus diupayakan oleh PT PLN mampu meningkatkan nilai tambah kegiatan ketenagalistrikan.

5. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang

Kategori ini mencakup kegiatan ekonomi pengumpulan, pengolahan dan pendistribusian air melalui berbagai saluran pipa untuk kebutuhan rumah tangga dan industri. Termasuk juga kegiatan pengumpulan,

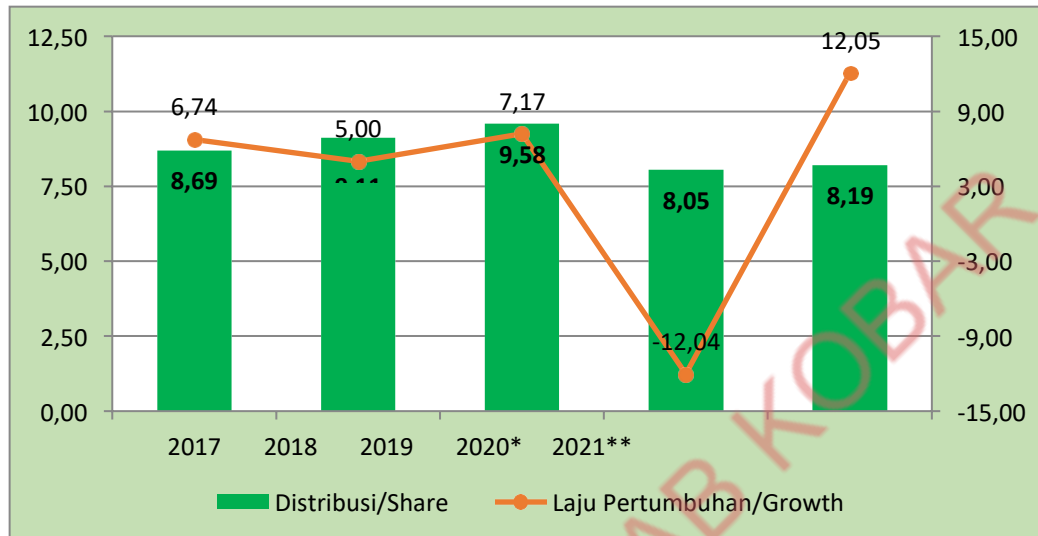
penjernihan dan pengolahan air dan sungai, danau, mata air, hujan, dll. Tidak termasuk pengoperasian peralatan irigasi untuk keperluan pertanian.

Peranan kategori ini terhadap perekonomian Kotawaringin Barat pada tahun 2021 relatif kecil, hanya sebesar 0,08 persen dengan PDRB sebesar 19,88 miliar rupiah. Setelah mengalami penurunan nilai tambah akibat pandemic covid-19 pada tahun sebelumnya, pada tahun 2021 kategori ini mengalami pertumbuhan sebesar 9,05 persen. Upaya PDAM untuk terus memperluas layanan dengan terus meningkatkan pembukaan sambungan baru mampu meningkatkan nilai tambah kegiatan kategori ini.

6. Konstruksi

Pada tahun 2021, PDRB kategori Konstruksi sebesar 1,94 triliun rupiah, dengan peranan sebesar 8,19 persen terhadap total PDRB Kotawaringin Barat. Setelah mengalami penurunan akibat dampak pandemi covid-19, pada tahun 2021 peranan kategori ini mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah Kabupaten Kotawaringin Barat cukup serius dalam menangani dan meningkatkan infrastruktur.

Gambar 4.4 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Konstruksi Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)



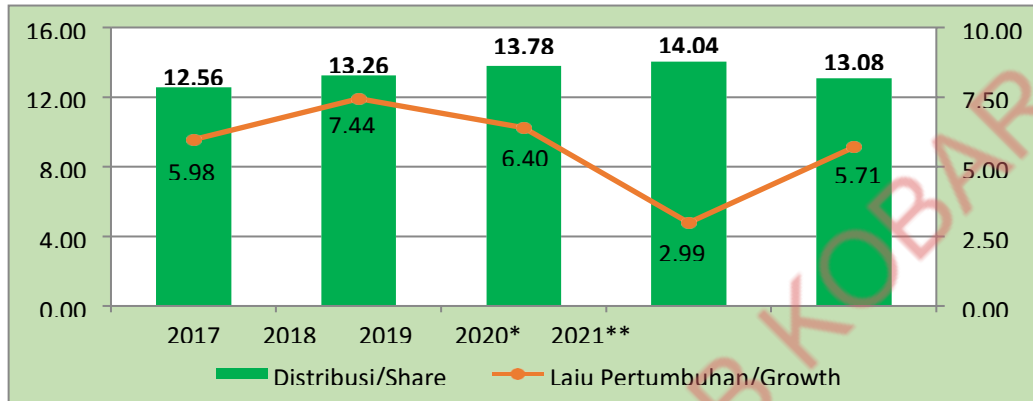
Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan gambar diatas, pada tahun 2021 kategori ini mengalami peningkatan pertumbuhan yang sangat tinggi setelah mengalami pertumbuhan negatif yang sangat tinggi akibat pandemi covid-19 pada tahun sebelumnya, yaitu sebesar 12,05 persen. Meskipun pandemi covid-19 belum usai, kategori ini mampu kembali pada level sebelum terjadinya pandemi. Upaya pemerintah untuk terus meningkatkan dan memperbaiki kualitas infrastruktur mampu membuat kategori ini tumbuh sangat tinggi.

7. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor

Kategori Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor merupakan salah satu kategori dengan kontribusi yang besar bagi PDRB Kotawaringin Barat. Keberadaan dua pintu keluar masuk perdagangan (bandara dan pelabuhan) di Kabupaten Kotawaringin Barat menjadikan kategori ini sangat strategis.

Gambar 4.5 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Perdagangan Besar Dan Eceran; Reparasi Mobil Dan Sepeda Motor Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)



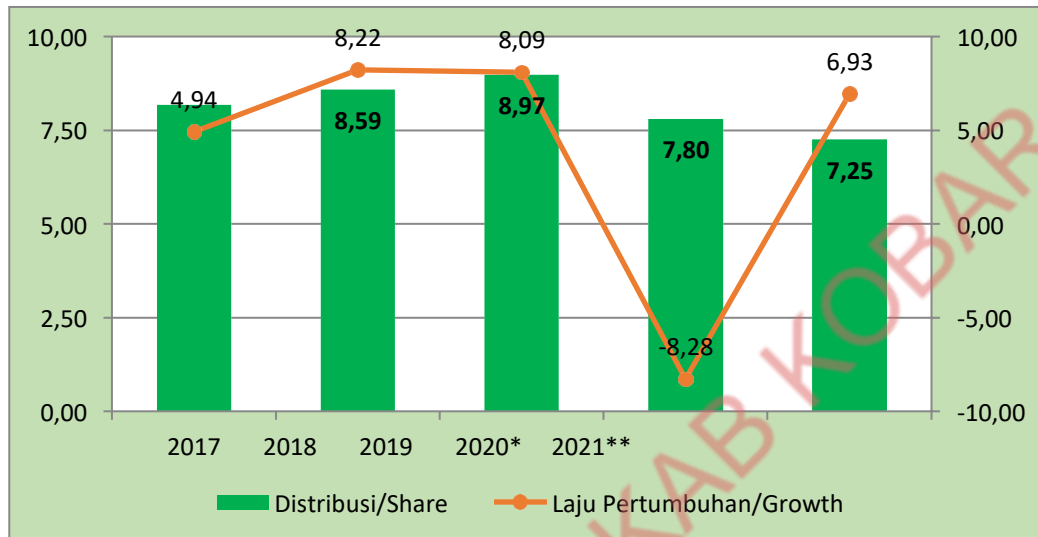
Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan gambar diatas, pada tahun 2021, peranan kategori ini sebesar 13,08 persen dengan PDRB sebesar 3,10 triliun rupiah. Kategori ini cukup terdampak pandemi covid-19 karena menurunnya perekonomian rumah tangga dapat menyebabkan permintaan menurun. Pada tahun 2021, kategori ini tumbuh sebesar 5,71 persen, meningkat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang tumbuh sebesar 2,99 persen. Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian masyarakat sudah mulai meningkat.

8. Transportasi dan Pergudangan

Kategori Transportasi dan Pergudangan terdiri dari 6 (enam) subkategori, namun hanya 5 (lima) yang ada di Kabupaten Kotawaringin Barat, yaitu Angkutan Darat; Angkutan Laut; Angkutan Sungai, Danau, dan Penyeberangan; Angkutan Udara; serta Pergudangan dan Jasa Penunjang Angkutan, Pos dan Kurir.

Gambar 4.6 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Transportasi Dan Pergudangan Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)



Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

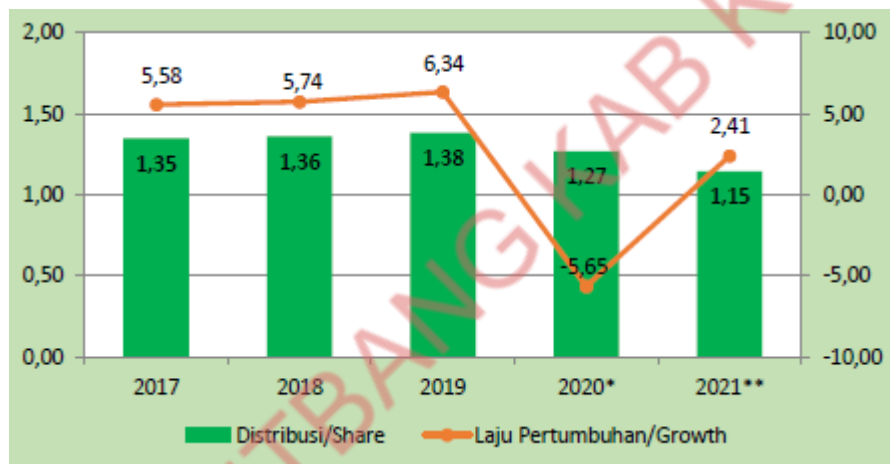
Berdasarkan gambar diatas, pada tahun 2021 peranan kategori Transportasi dan Pergudangan adalah sebesar 1,71 triliun rupiah atau sebesar 7,25 persen dari total PDRB Kotawaringin Barat. Keberadaan infrastruktur bandara dan pelabuhan membuat kategori memiliki peranan yang cukup tinggi dari tahun ke tahun. Namun pandemi covid-19 cukup berpengaruh pada menurunnya peranan kategori ini.

Pada tahun 2021, kategori ini mengalami pertumbuhan sebesar 6,93 persen. Setelah mengalami pertumbuhan negatif pada tahun sebelumnya akibat dampak pandemic covid-19, kategori ini sudah kembali meningkat. Meskipun dalam setiap perjalanan mewajibkan tes covid-19, mobilitas penduduk sudah meningkat. Hal ini terbukti dari meningkatnya kegiatan angkutan pada berbagai moda transportasi. Namun dengan ketatnya peraturan yang diterapkan, kegiatan pada angkutan udara masih mengalami penurunan.

9. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum

Kategori Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum memiliki peran yang cukup penting untuk menopang sector pariwisata. Pada tahun 2021, kategori ini berkontribusi sebesar 271,61 miliar rupiah atau 1,15 persen dari PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat. Kontribusi tersebut menjadi yang terkecil selama lima tahun.

Gambar 4.7 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Penyediaan Akomodasi Dan Makan Minum Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)



Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan gambar diatas, pada tahun 2021, kategori ini mengalami pertumbuhan sebesar 2,41 persen. Sama seperti beberapa kategori lainnya, kategori ini mengalami pertumbuhan negatif pada tahun 2020 akibat dampak pandemi covid-19. Namun membaiknya perekonomian masyarakat mampu membuat kategori ini mengalami peningkatan. Selain itu, mulai menurunnya kasus covid-19 membuat masyarakat mulai berani keluar untuk membeli makanan jadi di rumah makan maupun restoran.

10. Informasi dan Komunikasi

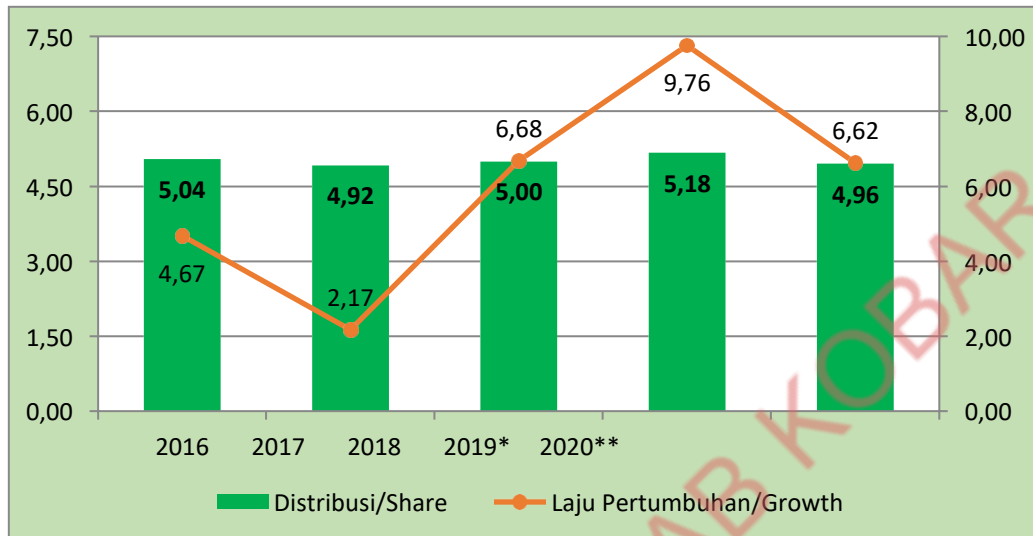
Kategori Informasi dan Komunikasi memiliki peranan sebagai penunjang aktivitas di setiap bidang ekonomi. Dalam era globalisasi, peranan kategori ini sangat vital dan menjadi indikator kemajuan suatu bangsa, terutama jasa telekomunikasi. Peranan kategori ini terhadap perekonomian di Kotawaringin Barat selama tahun 2017-2021 masih relative kecil, belum mencapai 1 persen. Pada tahun 2021, kategori ini memiliki peranan sebesar 0,87 persen dengan PDRB sebesar 207,41 miliar rupiah.

Laju pertumbuhan kategori ini sedikit mengalami perlambatan, dari 7,58 pada tahun 2020 menjadi 7,45 persen pada tahun 2021. Namun pertumbuhan tersebut masih tergolong cukup tinggi. Kegiatan *work from home* (WFH) dan belajar dari rumah (BDR) membuat kebutuhan rumah tangga terhadap jasa komunikasi meningkat.

11. Jasa Keuangan dan Asuransi

Kategori Jasa Keuangan dan Asuransi terdiri dari 4 (empat) subkategori, yaitu subkategori Jasa Perantara Keuangan; subkategori Asuransi dan Dana Pensiun; subkategori Jasa Keuangan Lainnya; serta subkategori Jasa Penunjang Keuangan. Pada tahun 2021, kategori ini memiliki peranan sebesar 4,95 persen dengan PDRB sebesar 1,17 triliun rupiah. Peranan kategori ini mengalami penurunan mengingat pada dua tahun sebelumnya kategori ini memiliki peranan yang mencapai 5 persen

Gambar 4.8 Peranan Dan Laju Pertumbuhan Kategori Jasa Keuangan Dan Asuransi Kabupaten Kotawaringin Barat (Persen)



Sumber : BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Berdasarkan gambar diatas, pertumbuhan kateogi Jasa Keuangan dan Asuransi tahun 2021 adalah sebesar 6,62 persen. Kategori ini mengalami perlambatan setelah pada tahun 2020 mempu tumbuh sebesar 9,76 persen. Selama pandemic covid-19, posisi kredit yang disalurkan perbankan dan jasa keuangan lainnya meningkat.

12. Real Estat

Kategori Real Estat memiliki peranan yang masih relatif kecil bagi PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat. Pada tahun 2021 kategori ini memiliki peranan sebesar 1,80 persen dengan PDRB nominal sebesar 427,02 miliar rupiah. Laju pertumbuhan kategori ini mengalami perlambatan pada tahun 2021 yaitu sebesar 2,25 persen, dimana pada tahun 2020 tumbuh sebesar 3,26 persen. Pandemi covid-19 yang belum usai membuat perkembangan kegiatan persewaan real estate masih tertahan.

13. Jasa Perusahaan

Kategori Jasa Perusahaan mejadi kategori dengan peranan terkecil dalam struktur PDRB Kotawaringin Barat tahun 2021, dimana kategori ini hanya menyumbang sebesar 8,75 miliar rupiah. Kontribusi kategori ini hanya sebesar 0,04 persen. Setelah megalami pertumbuhan negatif akibat dampak pandemi covid-19, pada tahun 2021 kategori ini mengalami pertumbuhan sebesar 2,99 persen. Meskipun begitu, beberapa kegiatan pada kategori ini belum mampu meningkatkan kegiatannya karena kurangnya permintaan, seperti jasa biro dan agen perjalanan.

14. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib

Kategori ini meliputi kegiatan bersifat pemerintahan, yang umumnya dilakukan oleh administrasi pemerintahan termasuk juga perundang-undangan dan penterjemahan hukum yang berkaitan dengan pengadilan dan menurut peraturannya. Pada tahun 2021, peranan kategori ini adalah sebesar 3,46 persen dengan nominal sebesar 820,22 miliar rupiah. Kategori ini mengalami pertumbuhan sebesar 9,83 persen pada tahun 2021, mengalami percepatan dibanding pada tahun 2020 yang tumbuh sebesar 8,88 persen. Perhatian pemerintah dalam rangka penanganan pandemi covid-19 mampu meningkatkan pertumbuhan jasa administrasi pemerintahan. Alokasi anggaran yang dilakukan untuk melayani masyarakat selama pandemic covid-19 meningkatkan kategori ini untuk tumbuh cukup tinggi.

15. Jasa Pendidikan

Pada tahun 2021, kategori Jasa Pendidikan memiliki peranan sekitar 2,57 persen terhadap total PDRB Kabupaten Kotawaringin Barat dengan nominal sebesar 609,20 miliar rupiah. Angka peranan tersebut

sedikit menurun bila dibandingkan dengan tahun 2020. Pada tahun 2021 kategori ini mengalami pertumbuhan sebesar 2,05 persen. Pertumbuhan tersebut mengalami perlambatan dibandingkan tahun 2020 yang tumbuh sebesar 8,06 persen. Pandemi covid-19 mengharuskan kegiatan belajar-mengajar harus dilakukan secara daring atau yang lebih populer dengan belajar dari rumah (BDR). Hal ini sedikit berpengaruh terhadap melambatnya pertumbuhan di kategori ini.

16. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial

Kategori ini mencakup kegiatan penyediaan jasa kesehatan dan kegiatan sosial yang cukup luas cakupannya. Pada tahun 2021, peranan kategori ini terhadap PDRB adalah sebesar 1,51 persen dengan nominal sebesar 357,67 miliar rupiah. Selama pandemi covid-19 kategori ini mengalami pertumbuhan terbesar dibandingkan dengan kategori lainnya, dimana kategori ini tumbuh sebesar 14,39 persen. Alokasi anggaran pemerintah di fungsi kesehatan yang difokuskan untuk penanganan covid-19 secara signifikan mampu meningkatkan PDRB kategori ini. Selain itu, layanan jasa kesehatan swasta yang turut mendukung pelayanan kesehatan masyarakat selama pandemi covid-19 juga mendukung peningkatan pertumbuhan kategori ini.

17. Jasa lainnya

Kontribusi kategori Jasa Lainnya terhadap perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat relatif kecil. Pada tahun 2021 kategori ini memiliki kontribusi sebesar 0,59 persen dengan nominal sebesar 139,56 miliar rupiah. Akibat pandemi covid-19 belum usai kontribusi kategori ini menurun kembali menurun. Kategori Jasa Lainnya kembali mengalami penurunan akibat pandemi covid-19 belum usai. Pada tahun 2021 kategori ini tumbuh sebesar -2,90 persen. Pandemi covid-19 yang

masih terjadi selama tahun 2021 harus memaksa usaha-usaha jasa sampai harus menutup kegiatannya, seperti jasa hiburan dan jasa pariwisata, menyebabkan nilai tambah pada kategori ini kembali mengalami penurunan.

4.2 Metodologi Kegiatan

4.2.1 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Untuk melengkapi data primer, dilakukan melalui hasil survey dengan informan kunci, yaitu pelaku usaha ekonomi kreatif untuk mendapatkan informasi empiris mengenai perhitungan nilai tambah ekonomi kreatif Kotawaringin Barat.

Adapun data sekunder dikumpulkan dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur, Badan Pusat Statistik Kotawaringin Barat, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kotawaringin Barat, serta data internal lain dari OPD terkait yang dibutuhkan dalam mendukung kegiatan Perhitungan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kotawaringin Barat.

Dalam penelitian disamping perlu menggunakan metode penelitian yang tepat, juga perlu memilih teknik dan alat pengumpul data yang relevan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi Lapangan

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dengan jalan mengadakan pengamatan yang disertai dengan pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran yang dilakukan secara langsung pada lokasi yang menjadi objek penelitian.

Tujuan dari observasi adalah untuk mendiskripsikan setting, kegiatan yang terjadi, orang yang terlibat di dalam kegiatan, waktu

kegiatan dan makna yang diberikan oleh para pelaku yang diamati tentang peristiwa yang bersangkutan.

Berdasarkan keterlibatan pengamat dalam kegiatan-kegiatan orang yang diamati, observasi dapat dibedakan menjadi observasi partisipan dan observasi tak partisipan. Dan penelitian ini tergolong dalam observasi partisipan. Menurut sugiyono, Observasi partisipan adalah peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian. Dimana peneliti melibatkan diri pada kegiatan yang dilakukan subjek dalam lingkungannya dengan mengumpulkan data secara sistematis dari data yang diperlukan. Sehingga tidak dianggap sebagai orang asing, melainkan sudah warga sendiri.

Dengan metode observasi ini peneliti gunakan untuk mengumpulkan data secara langsung dan detail mengenai lokasi penelitian dan hal-hal yang di perlukan dalam penyusunan perhitungan nilai tambah ekonomi kreatif Kotawaringin Barat serta segala aspek yang terkait.

b. Survey Lapangan

Guna memperoleh data melalui survei lapangan, peneliti melakukan teknik pengumpulan data wawancara. Teknik wawancara yang dipakai yaitu wawancara berstruktur yang dilakukan berdasarkan daftar pertanyaan dengan maksud dapat mengontrol dan mengatur berbagai dimensi pertanyaan ataupun jawabannya. Adapun pertanyaan akan difokuskan untuk Kajian perhitungan nilai tambah ekonomi kreatif Kotawaringin Barat.

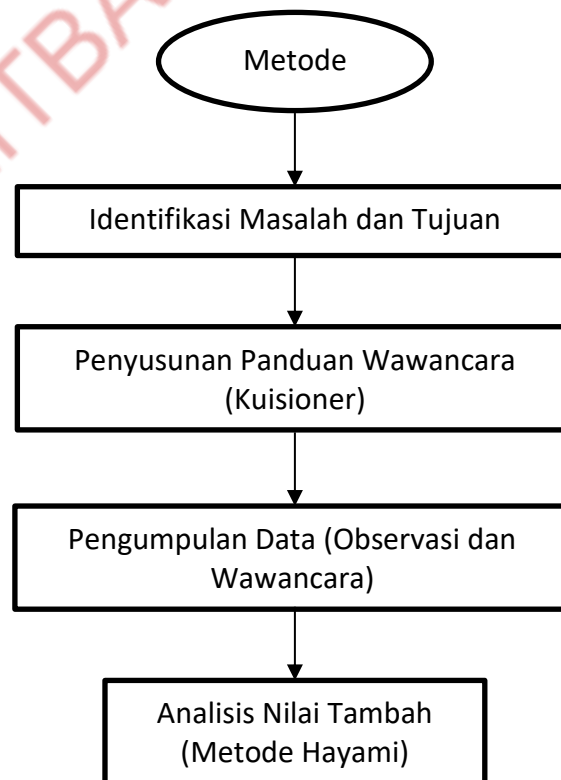
4.2.2 Pendekatan Kuantitatif (Metode Perhitungan Nilai Tambah)

Pendekatan kuantitatif adalah sebuah pendekatan yang secara primer menggunakan paradigma dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menggunakan strategi penelitian seperti eksperimen dan survei yang memerlukan data statistik. Dalam laporan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kotawaringin Barat menggunakan metode perhitungan nilai tambah (Metode Hayami).

a. Tahapan Metode Nilai Tambah (Metode Hayami)

Laporan dilakukan dengan beberapa tahap, dimulai dari identifikasi masalah dan tujuan, penyusunan panduan wawancara (kuisisioner), pengumpulan data (observasi dan wawancara), analisis nilai tambah (Metode Hayami).

Gambar 4.9 Diagram Alur Penelitian Nilai Tambah (Metode Hayami)



b. Analisis Nilai Tambah

Analisis Nilai Tambah menggunakan Metode Hayami. Metode ini menghitung nilai tambah dengan cara menjumlahkan nilai tambah yang diperoleh untuk kegiatan produksi dengan kegiatan pemasaran (Hayami, 1987). Prosedur perhitungan nilai tambah dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4 Prosedur Perhitungan Nilai Tambah

No	Keluaran (Output) Masukan (Input) dan Harga	Simbol/Rumus
1	Output/produk total (kg/ proses produksi)	A
2	Input bahan baku (kg/ proses produksi)	B
3	Input tenaga kerja (HOK/ proses produksi)	C
4	Faktor konveksi (kg output / kg bahan baku)	$d = a/b$
5	Koefisien tenaga kerja (HOK/ kg bahan baku)	$e = c/b$
6	Harga output (Rp/Kg)	F
	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/proses produksi)	G
Pendapatan dan Keuntungan		
8	Harga input bahan baku (Rp/Kg)	H
9	Sumbangan input lain (Rp/Kg)	I
10	1 Nilai output (Rp/Kg)	$j = d \times f$
11	1 Nilai tambah (Rp/Kg)	$k = j - h - i$
	Rasio nilai tambah (%)	$1\% = k/j \times 100$
12	1 Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	$m = e \times g$
	2 Bagian keuntungan (%)	$n \% = m/k \times 100$
13	1 Keuntungan (Rp/Kg)	$o = k - m$
	3 Bagian keuntungan (%)	$p \% = o/j \times 100$
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
14	1 Margin (Rp/Kg)	$q = j - h$
	3.1 Pendapatan tenaga kerja (%)	$r \% = m/q \times 100$

	%
3.2 Sumbangan input lain (%)	$s \% = i/l \times 100 \%$
3.3 Keuntungan (%)	$t \% = o/q \times 100 \%$

Sumber: Hayami (1987)

Sesuai dengan data yang diperoleh adalah data kualitatif maka dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data kualitatif, yaitu mengumpulkan, mengklasifikasikan data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan kemudian dicari dengan teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti selanjutnya ditarik kesimpulannya guna menentukan hasilnya. Hasil dari analisis data tersebut selanjutnya akan disajikan secara deskriptif, yaitu dengan jalan menentukan dan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahannya yang diteliti dan data- data yang diperoleh.

BAB V

GAMBARAN UMUM

5.1 Luas dan Batas Wilayah Administrasi Kabupaten Kotawaringin Barat

Kabupaten Kotawaringin Barat merupakan salah satu Kabupaten yang beribukota di Pangkalan Bun. Secara geografis Kabupaten Kotawaringin Barat berada di Provinsi Kalimantan Tengah dan terletak di daerah khatulistiwa.

Luas wilayah Kabupaten Kotawaringin Barat adalah berupa daratan seluas 10.759 km². Secara geografis Kabupaten Kotawaringin Barat terletak pada posisi 1°19' – 3°36' Lintang Selatan, 110°25' – 112°50' Bujur Timur dan terletak diantara 3 kabupaten dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kabupaten Lamandau
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Seruyan
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Sukamara, dan
- Sebelah Selatan : Berbatasan langsung dengan Laut Jawa

Kabupaten Kotawaringin Barat sejak tahun 2003 sesuai dengan Peraturan Daerah No. 10 tahun 2003 terjadi pemekaran kecamatan dari 4 Kecamatan menjadi 6 kecamatan. Kecamatan yang mengalami pemekaran adalah Kecamatan Kumai yaitu menjadi Kecamatan Kumai, Kecamatan Pangkalan Lada dan Kecamatan Pangkalan Banteng. Kecamatan Kumai merupakan kecamatan terluas dengan luas wilayah 2.921 km² (28,13 persen dari total luas kabupaten), dan Kecamatan Pangkalan Lada merupakan kecamatan yang terkecil dengan luas wilayah 229 km² (3,08 persen dari total luas kabupaten).

Akhir tahun 2022, wilayah administrasi Kabupaten Kotawaringin Barat terdiri dari 6 Kecamatan, luas wilayah masing-masing kecamatan yaitu: Kotawaringin Lama (1.219,83 Km²), Arut Selatan (2.342,66 Km²), Kumai (2.915,05 Km²), Pangkalan Banteng (1.311,73 Km²), Pangkalan Lada (284,73 Km²), dan Arut Utara (2.685,00 Km²).

Tabel 5.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Kecamatan	Jumlah Desa	Luas Total Area (km ² /sq.km)	Presentase Terhadap Luas Kabupaten (%)
1.Kotawaringin Lama	17	1.219,83	11,32
2.Arut Selatan	20	2.342,66	21,77
3.Kumai	18	2.915,05	27,09
4.Pangkalan Banteng	17	1.311,73	12,19
5.Pangkalan Lada	11	284,73	2,65
6.Arut Utara	11	2.685,00	24,96
Kotawaringin Barat	94	10.759,00	100,00

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023

5.2 Karakter Fisik Dasar

5.2.1 Topografi

Topografis Kabupaten Kotawaringin Barat digolongkan menjadi 4 bagian dengan ketinggian antara 0 – 500 m dari permukaan laut dan kemiringan antara 0 – 40 persen, yaitu dataran, daerah datar berombak, daerah berombak berbukit dan daerah berbukit-bukit. Wilayah Kabupaten Kotawaringin Barat di sekitar aliran Sungai Kumai, Sungai Arut, dan Sungai Lamandau yang menyebabkan wilayahnya mudah tergenang, berawa-rawa dan merupakan daerah endapan serta bersifat organik dan asam.

Wilayah daratan dengan ketinggian 0 – 7 mdpl mempunyai areal yang cukup luas dan lokasinya tersebar meliputi area seluas 215.644,74 Ha atau 21,86% dari luas wilayah. Wilayah ini mempunyai sifat datar dan dipengaruhi pasang surut. Wilayah dengan ketinggian 100 – 500 mdpl juga cukup luas yaitu 142.631,43 Ha atau 14,46% dan lokasinya juga menyebar. Wilayah dengan ketinggian di atas 500 mdpl memiliki luas

sebesar 145.327,20 Ha atau 14,73% dari luas wilayah. Pada daerah ini sebagian besar merupakan daerah perbukitan hingga pegunungan dengan kelerengan lebih dari 40% dan memiliki potensi erosi yang signifikan

Sebelah Utara adalah pegunungan dan macam tanah Lotosal tahan terhadap erosi. Bagian Tengah terdiri dari tanah Podsolik Merah Kuning, juga tahan terhadap erosi. Sebelah Selatan terdiri dari danau dan rawa Allupial/ Organosal banyak mengandung air. Terdapat 3 sungai yang melintasi Kabupaten Kotawaringin Barat yaitu Sungai Arut, Sungai Kumai, dan Sungai Lamandau dengan kedalaman rata-rata 5 meter dan lebar 100-300 meter.

5.2.2 Klimatologi

Kabupaten Kotawaringin Barat beriklim hutan hujan tropis dengan curah hujan yang cenderung tinggi sepanjang tahunnya karena secara geografis masih terleta di sekitar khatulistiwa. Suhu udara di wilayah kabupaten ini pun cenderung konstan antara 22°–34 °C. Tingkat kelembapan relatif pun cenderung tinggi berkisar antara 70% hingga 90%.

Iklim daerah Kabupaten Kotawaringin Barat dipengaruhi oleh musim kemarau/ kering dan musim hujan. Curah hujan tertinggi terjadi pada bulan Desember yaitu 375,8 mm, dengan jumlah hari hujan pada tahun 2016 tercatat 244 hari dan bulan Februari merupakan bulan dengan hari hujan terbanyak yaitu 25 hari. Suhu udara maksimum berkisar antara 32,1°C – 33,1°C dan suhu minimum antara 23,1°C - 24,2°C dan kecepatan angin maksimal 20 knot.

5.3 Kependudukan

A. Jumlah dan Kepadatan Penduduk

Penduduk Kabupaten Kotawaringin Barat berdasarkan hasil proyeksi penduduk interim 2020-2023 tahun 2022 sebanyak 877.432 jiwa yang terdiri atas 435.470 jiwa penduduk laki-laki dan 441.962 jiwa penduduk

perempuan. Dibandingkan dengan jumlah penduduk tahun 2010 (SP2010), penduduk Kabupaten Kotawaringin Barat mengalami laju pertumbuhan sebesar 0,60 persen. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2022 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 98,53.

Kepadatan penduduk di Kabupaten Kotawaringin Barat tahun 2022 mencapai 629 jiwa/km². Kepadatan Penduduk di 19 kecamatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di kecamatan Kotawaringin Barat dengan kepadatan sebesar 1.188 jiwa/km² dan terendah di Kecamatan Karanganyar sebesar 177 jiwa/Km².

Tabel 5.2 Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kabupaten Kotawaringin Barat 2022

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Presentase Penduduk (%)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km ²)
1	Kotawaringin Lama	19.319	7,03	15,84
2	Arut Selatan	119.988	43,64	51,22
3	Kumai	53.054	19,30	18,20
4	Pangkalan Banteng	38.235	13,91	29,15
5	Pangkalan Lada	34.964	12,72	11,80
6	Arut Utara	9.375	3,41	3,29
Jumlah		274.935	100,00	25,55

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023

B. Penduduk Menurut Umur

Pengelompokan umur penduduk dapat dibagi tiga kelompok besar yaitu kelompok Usia Muda antara 0 – 14 tahun, kelompok Usia Produktif antara 15 -64 tahun dan kelompok usia tua yaitu kelompok umur 65 tahun ke atas. Pada tahun 2022, pada umumnya jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dari perempuan, namun untuk kelompok usia produktif 20 -24 tahun sampai dengan 25 -29 tahun ternyata penduduk perempuan lebih banyak dari laki – laki, hal ini erat kaitannya dengan banyaknya penyerapan tenaga kerja wanita yang banyak bekerja di berbagai sektor kegiatan usaha.

Tabel 5.3 Jumlah Penduduk Menurut Umur Kabupaten Kotawaringin Barat 2022

No	Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	0 – 4	12.936	12.237	25.173
2	5 – 9	11.600	10.785	22.385
3	10 – 14	11.333	10.661	21.994
4	15 – 19	10.722	9.869	20.591
5	20 – 24	11.675	11.194	22.869
6	25 – 29	11.625	11.222	22.847
7	30 – 34	11.336	11.110	22.446
8	35 – 39	11.692	11.558	23.250
9	40 – 44	11.635	10.748	22.383
10	45 – 49	10.537	9.488	20.025
11	50 – 54	8.828	7.524	16.352
12	55 – 59	6.880	6.084	12.964
13	60 – 64	4.943	4.093	9.036
14	65 – 69	3.310	2.677	5.987
15	70 – 74	2.026	1.557	3.583
16	75+	1.643	1.407	3.050
Kabupaten Kotawaringin Barat		142.721	132.214	274.935

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023

C. Penduduk Menurut Pendidikan

Berdasarkan data dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Sistem Data Pokok Pendidikan menunjukkan bahwa pada tahun 2022/2023 jumlah SD sederajat adalah 93 lembaga. Jumlah lembaga SMP tersebar di 56 sekolah. Jumlah lembaga SMA sederajat (termasuk SMK) adalah 28 sekolah.

Tabel 5.4 Jumlah Sekolah, Guru, dan Murid di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022/2023

Kecamatan	Sekolah			Guru			Murid		
	N	S	Total	N	S	Total	N	S	Total
1. Kotawaringin Lama	1	9	10	4	34	38	61	634	695
2. Arut Selatan	1	55	56	11	254	265	149	3.108	3.257
3. Kumai	1	26	27	7	101	108	77	1.209	1.286
4. Pangkalan Banteng	1	24	25	3	101	104	32	1.173	1.205
5. Pangkalan Lada	1	14	15	4	70	74	66	1.098	1.164
6. Arut Utara	1	10	11	3	28	31	53	373	426
Kabupaten Kotawaringin Barat	6	138	144	32	588	620	438	7.595	8.033

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023

D. Penduduk Menurut Agama

Data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kotawaringin Barat Kabupaten Kotawaringin Barat menunjukkan bahwa jumlah penduduk menurut agama yang dianut pada akhir tahun 2022 adalah Islam dengan jumlah pemeluk sebanyak 253.382 jiwa, diikuti oleh Kristen Protestan sebanyak 12.853 jiwa, Katholik 5.966 jiwa, Hindu 3.211 jiwa, Budha 745 jiwa, dan lainnya sebanyak 40 jiwa. Jumlah tempat ibadah pada tahun 2022 terdiri dari masjid sebanyak 236 buah, mushola sebanyak 607, gereja protestan 86, gereja katholik 23, pura 10, dan vihara 3.

Tabel 5.5 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
1. Kotawaringin Lama	16.405	1.077	419	1.574	4	2
2. Arut Selatan	110.726	6.786	1.413	347	553	36
3. Kumai	53.825	405	116	24	138	0
4. Pangkalan Banteng	32.460	1.299	3.330	73	29	1
5. Pangkalan Lada	35.230	907	230	16	21	0
6. Arut Utara	4.736	2.379	458	1.177	0	1
Kabupaten Kotawaringin Barat	253.382	12.853	5.966	3.211	745	40

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023

5.4 Kondisi Sarana dan Prasarana

A. Transportasi

Jalan merupakan salah satu infrastruktur yang menjadi indikator berkembangnya suatu daerah. Jalan dibagi menjadi beberapa jenis yaitu jalan negara, jalan provinsi, jalan kabupaten, jalan desa, dan jalan khusus (industri dan perusahaan). Sementara menurut jenisnya dibedakan menjadi permukaan aspal, kerikil, tanah dan tidak terinci. Sedangkan kondisi jalan dikelompokkan ke dalam keadaan baik, sedang, rusak dan rusak berat.

Panjang jalan di Kabupaten Kotawaringin Barat yang tergolong jalan kabupaten adalah 2.017,63 km. Sekitar 895,96 km dari total panjang jalan

kabupaten pada tahun 2022 adalah termasuk dalam kategori baik, 5467,25 km termasuk dalam kategori sedang, rusak ringan 357,43 km, dan rusak berat 397,09 km.

Tabel 5.6 Panjang Jalan Menurut Kondisi Jalan dan Tingkat Kewenangan Pemerintahan di Kabupaten Kotawaringin Barat (km), 2022

Tingkat Kewenangan Pemerintahan	Kondisi Jalan				Jumlah
	Baik	Sedang	Rusak	Rusak Berat	
Negara	NA	NA	NA	NA	NA
Provinsi	NA	NA	NA	NA	56,20
Kabupaten	895,96	467,15	357,43	297,09	2.017,63
Desa	-	1.002,75	-	-	1.002,75
Khusus	NA	NA	NA	NA	NA
Kotawaringin Barat	3.108,68

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023

Jumlah kendaraan bermotor dan alat berat di Kabupaten Kotawaringin Barat pada tahun 2022 tercatat sebanyak 62.835 unit dan 89,43 persennya adalah kendaraan jenis sepeda motor.

Tabel 5.7 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Kendaraan di Kabupaten Kotawaringin Barat (unit), 2018–2022

Jenis Kendaraan	2018	2019	2020	2021	2022
Sedan, Jeep, M.Bus (Pribadi)	6.154	7.461	8.587	...	9.158
Sedan, Jeep, M.Bus (Umum)	30	48	48	...	45
Bus, Micro Bus (Pribadi)	111	127	132	...	122
Bus, Micro Bus (Umum)	28	45	46	...	51
Truck, Pick Up (Pribadi)	4.936	5.349	5.529	...	5889
Truck, Pick Up (Umum)	551	615	497	...	729
Alat Berat	277	393	445	...	-
Sepeda Motor R2 dan R3	44.009	45.485	46.626	...	46.841
Kotawaringin Barat	56.096	59.523	61.910	...	62.835

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023

B. Telekomunikasi

Dengan semakin meningkatnya perkembangan suatu daerah, maka kebutuhan akan fasilitas sarana telekomunikasi akan semakin meningkat pula. Kebutuhan telepon bagi Kabupaten Kotawaringin Barat akan semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pelanggan jasa telekomunikasi

yang disediakan oleh PT. Telkom Kabupaten Kotawaringin Barat dari jenis rumah tangga memiliki persentase terbanyak yaitu 92,21%.

Keterbatasan kemampuan Telkom dalam melayani pelanggan rumah tangga menjadikan sebagian masyarakat memanfaatkan telepon selular. Beberapa operator selular nasional telah dapat beroperasi di Kabupaten Kotawaringin Barat diantaranya Satelindo, Telkomsel, Indosat adalah beberapa operator selular yang telah dapat melayani masyarakat di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Hampir sebagian besar masyarakat sudah mulai memanfaatkan jasa telepon selular ini. Setiap tahunnya pelanggan telepon selular ini semakin meningkat. Trend ini bisa diasumsikan bahwa masyarakat Kabupaten Kotawaringin Barat merupakan masyarakat yang mobile dan sangat membutuhkan kelancaran berkomunikasi.

C. Air Bersih

Pemenuhan kebutuhan air bersih bagi penduduk Kabupaten Kotawaringin Barat dikelola oleh Perusahaan Air Minum Daerah (PDAM) Kabupaten Kotawaringin Barat. Pelanggan adalah individu atau kelompok, baik rumah tangga, perusahaan atau institusi nonprofit yang membeli air bersih dari perusahaan air bersih. Air disalurkan adalah volume air bersih dari perusahaan air bersih. Jumlah pelanggan PDAM mengalami peningkatan dari 24.833 pada tahun 2021 menjadi 26.352 pelanggan pada tahun 2022. Total produksi air minum yang disalurkan pada tahun 2022 mencapai 6.475.567 m³.

Tabel 5.8 Jumlah Pelanggan dan Air yang Disalurkan dan Nilai Air yang disalurkan di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

Jenis Konsumen Subdistrict	Pelanggan	Air Disalurkan (M3)	Nilai Air Disalurkan (Rp)
(1)	(2)	(3)	(4)
Sosial/ Social			
Umum/Public	21	14 275	34 214 000
Khusus	211	130 487	327 097 200
Non Niaga			
Rumah Tangga	22 665	4 929 425	24 381 179 950
Instansi Pemerintah	161	52 778	363 627 700
Kecil	2 867	757 325	5 017 081 950
Besar	176	67 009	596 575 950
Industri			
Kecil	2	304	1 925 200
Besar	-	-	-
Khusus			
Pelabuhan	4	17 788	444 700 000
Lainnya	245	94 955	228 071 000
Susut/Hilang	-	411 221	1 619 101
Jumlah	26 352	6 475 567	31 396 092 051

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat 2023

D. Listrik

Listrik saat ini menjadi kebutuhan vital bagi pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Upaya peningkatan pelayanan prasarana listrik dilakukan dengan memperbanyak jumlah mesin, daya terpasang dan tenaga yang dibangkitkan serta jumlah pelanggan yang ada. Jumlah pelanggan listrik PLN golongan rumah tangga pada tahun 2022 mencapai 94.232 pelanggan, lebih tinggi dari tahun 2021 yang mencapai 90.071 pelanggan.

E. Pendidikan

Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan modal utama bagi keberhasilan pembangunan. Upaya peningkatan sumber daya manusia ini diantaranya dilakukan melalui peningkatan sarana dan

kualitas pendidikan. Penyediaan sarana pendidikan di Kabupaten Kotawaringin Barat dapat dikatakan merata diseluruh kecamatan, yang ditunjukkan dengan terdapatnya sarana pendidikan dari berbagai jenjang, mulai pendidikan dasar hingga tingkat menengah. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5.9 Jumlah Sarana Pendidikan di Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2022/2023

No	Kecamatan	SD	SMP	SMA	SMK	Perguruan Tinggi
1	Kotawaringin Lama	17	7	2	1	-
2	Arut Selatan	20	13	4	7	1
3	Kumai	18	14	3	3	-
4	Pangkalan Banteng	17	10	3	1	-
5	Pangkalan Lada	10	7	2	1	-
6	Arut Utara	11	5	1	-	-
Jumlah		93	56	15	13	1

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat 2023

Upaya peningkatan kualitas pendidikan selain melalui penyediaan sarana pendidikan berupa sekolah, juga dilakukan melalui penyediaan tenaga pengajar yang berkualitas dan memadai.

F. Kesehatan

Kesehatan dalam statistik mencakup kesehatan penduduk suatu wilayah yang meliputi tingkat kesehatan penduduk tersebut, fasilitas baik tenaga maupun alat penunjang kesehatan, dan prasarana fisik seperti rumah sakit dan apotik. Kesehatan juga dirinci dengan melihat kesehatan balita, jumlah penderita gangguan kesehatan, pengguna KB, jumlah keluarga menurut tahapan keluarga sejahtera dan jumlah pendonor darah.

Tabel 5.10 Jumlah Desa/Kelurahan Yang Memiliki Sarana Kesehatan Menurut Kecamatan di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2021

No	Kecamatan	Rumah Sakit	Poliklinik	Puskesmas	Puskesmas Pembantu	Apotek	Posyandu
1	Kotawaringin Lama	-	1	3	11	3	20
2	Arut Selatan	1	8	6	17	7	77
3	Kumai	-	2	3	13	5	30
4	Pangkalan Banteng	-	3	3	15	1	20
5	Pangkalan Lada	-	1	2	9	4	26
6	Arut Utara	-	2	2	8	-	14
Jumlah		1	17	19	73	20	187

G. Peribadatan

Sesuai dengan kondisi agama penduduk di Kabupaten Kotawaringin Barat adalah beragama Islam. Maka tempat ibadah terbesar sebagian besar diperuntukkan bagi umat Islam, baik itu berupa masjid maupun mushollah. Sedangkan jenis tempat ibadah terbanyak kedua adalah gereja.

Tabel 5.11 Jumlah Penduduk dan Agama yang Dianut Menurut Kecamatan di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

No	Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
1	Kotawaringin Lama	16.405	1.077	419	1.574	4	2
2	Arut Selatan	110.726	6.786	1.413	347	553	36
3	Kumai	53.825	405	116	24	138	0
4	Pangkalan Banteng	32.460	1.299	3.330	73	29	1
5	Pangkalan Lada	35.230	907	230	16	21	0
6	Arut Utara	4.736	2.379	458	1.177	0	1
Jumlah		253.382	12.853	5.966	3.211	745	40

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat 2023

Tabel 5.12 Jumlah Tempat Peribadatan Menurut Kecamatan di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2022

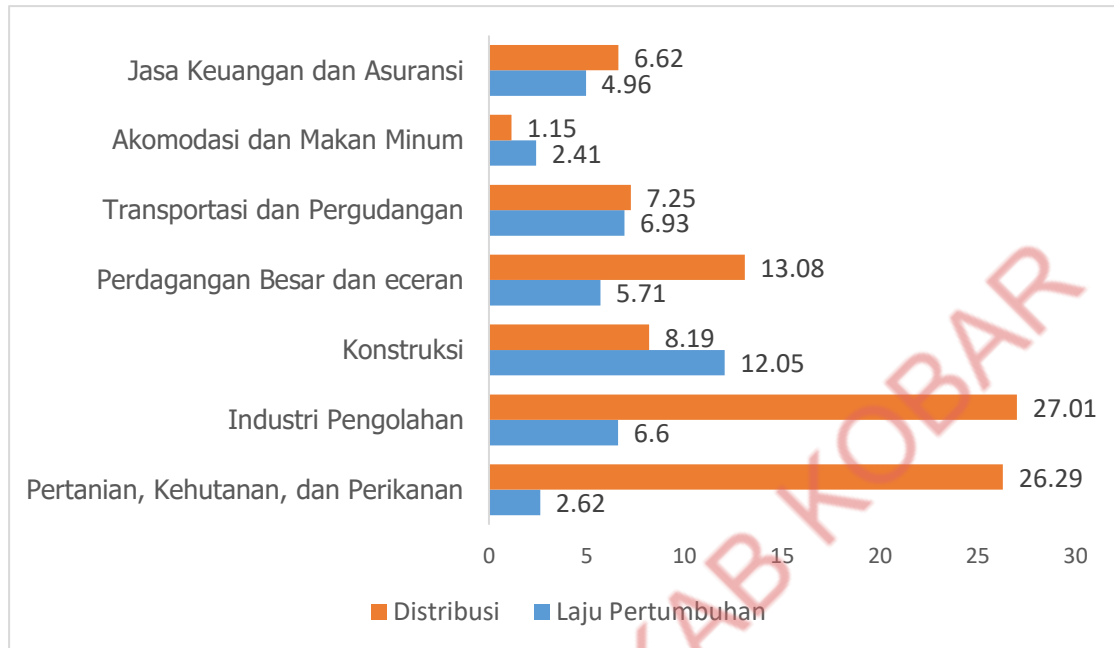
No	Kecamatan	Masjid	Mushollah	Gereja Protestan	Gereja Katholik	Pura	Vihara
1	Kotawaringin Lama	20	60	13	6	4	0
2	Arut Selatan	107	144	22	3	1	2
3	Kumai	42	127	13	0	0	0
4	Pangkalan Banteng	28	148	13	7	0	0
5	Pangkalan Lada	31	114	10	3	0	0
6	Arut Utara	8	14	15	4	5	1
Jumlah		236	607	86	23	10	3

Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat 2023

5.5 Perkembangan Ekonomi

Ekonomi Kabupaten Kotawaringin Barat tahun 2022 tumbuh 6,01 persen. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi pada lapangan usaha industri pengolahan sebesar 27,01 persen, diikuti pertanian, kehutanan dan perikanan sebesar 26,29 persen. Berikut ini peranan dan laju pertumbuhan beberapa lapangan usaha di Kabupaten Kotawaringin Barat tahun 2021 :

Gambar 5.1 Peranan dan Laju Pertumbuhan Beberapa Lapangan Usaha di Kabupaten Kotawaringin Barat, 2021 (persen)



Sumber: BPS Kabupaten Kotawaringin Barat 2023

Perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat tahun 2021 tumbuh sebesar 5,05 persen. Dari sisi produksi, semua lapangan usaha mengalami pertumbuhan positif. Laju pertumbuhan tertinggi terjadi pada Lapangan Usaha kategori Konstruksi sebesar 12,05 persen dan diikuti jasa transportasi dan pergudangan sebesar 6,93 persen dan industri pengolahan sebesar 6,60 persen. Sementara laju pertumbuhan terendah dimiliki oleh lapangan usaha kategori penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 2,41 persen, kategori pertanian, kehutanan dan perikanan sebesar 2,62 persen.

Struktur perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat menurut lapangan usaha tahun 2021 didominasi oleh tiga lapangan usaha utama yaitu lapangan usaha kategori Industri Pengolahan dengan kontribusi sebesar 27,01 persen, kategori Pertanian, Kehutanan dan Perikanan dengan kontribusi sebesar 26,29 persen, serta kategori Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 13,08 persen.

BAB VI

KETERKAITAN DOKUMEN EKONOMI KREATIF

6.1 Keterkaitan Misi RPJD, Sasaran RPD dan Ekonomi Kreatif

Dalam mendukung terciptanya Kawasan Industri yang mampu memberikan surplus atau keuntungan terhadap pertumbuhan perekonomian Kabupaten Kotawaringin Barat maka perlu diarahkan misi untuk merealisasikan dari visi yang terdiri dari:

1. Mewujudkan pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan kehutanan yang berorientasi agribisnis untuk pengembangan agro industri dan ketahanan pangan secara berkelanjutan.
2. Meningkatkan akselerasi perkembangan koperasi (sebagai urat nadi ekonomi kerakyatan) dan UKM serta dunia usaha yang saling terkait dengan sistem berjaringan antar usaha yang saling terkait dengan sistem berjaringan antar usaha dan antar daerah, khususnya yang berbasis potensi dari keunggulan.

Sebagai upaya menjamin ketercapaian visi dan misi RPJPD Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2006-2025 dalam Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2023-2026, berikut linieritas misi RPJPD dengan tujuan, sasaran dan indikator.

Tabel 6.1 Lineritas Misi RPJPD dengan Tujuan, Sasaran dan Indikator RPD Kabupaten Kotawaringin Barat

Misi RPJPD Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2006-2025	Tujuan / Sasaran RPD	Indikator Tujuan / Sasaran RPD
Misi V. Mewujudkan Pertanian, Perkebunan, Perikanan, Peternakan, Kehutanan yang berorientasi agribisnis untuk pengembangan agroindustry dan ketahanan pangan secara berkelanjutan	Meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan mendorong pengembangan sektor-sektor potensial dan ekonomi kreatif	Pertumbuhan Ekonomi
	Meningkatkan pertumbuhan sektor potensial dan industri	Kontribusi sektor (pertanian, perkebunan, dan perikanan terhadap PDRB)
Misi VI. Meningkatkan akselerasi perkembangan koperasi (sebagai urat nadi ekonomi kerakyatan) dan UKM serta dunia usaha yang saling terkait dengan sistem berjaring antar usaha dan antar daerah khususnya yang berbasis potensi dan keunggulan	Meningkatnya pertumbuhan ekonomi dengan mendorong masuknya investasi daerah	Kontribusi sektor industri pengolahan
	Meningkatnya daya tarik pariwisata	Kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran; reparasi mobil dan sepeda motor
		Spend of Money
		Legth of stay
	Meningkatnya kemandirian desa	Indeks Desa Membangun

Sumber: Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2023-2026

6.2 Visi Misi Pembangunan Industri

A. Visi Misi Industri Nasional Tahun 2015-2016

Sebagai amanat Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, telah ditetapkan Peraturan Pemerintah No. 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035. RIPIN 2015-2035 ditetapkan untuk jangka waktu 20 (dua puluh) tahun, memuat antara lain tentang visi, misi dan strategi pembangunan industri.

a. Visi pembangunan industri nasional adalah Indonesia menjadi Negara Industri tangguh bercirikan:

1. Struktur Industri nasional yang kuat, dalam, sehat dan berkeadilan.
2. Industri yang berdaya saing tinggi di tingkat global
3. Industri yang berbasis dan teknologi.

b. Misi Pembangunan Industri

Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, pembangunan industri nasional mengemban misi sebagai berikut:

1. Meningkatkan peran industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional.
2. Memperkuat dan memperdalam struktur industri nasional.
3. Meningkatkan industri yang mandiri, berdaya saing, dan maju, serta industri hijau.
4. Menjamin kepastian berusaha, persaingan yang sehat, serta mencegah pemusatan atau penguasaan industri oleh satu kelompok atau perseorangan yang merugikan masyarakat.
5. Membuka kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja.
6. Meningkatkan persebaran pembangunan industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkukuh ketahanan nasional dan

7. Meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Strategi yang ditempuh untuk mencapai visi dan misi pembangunan industri nasional adalah sebagai berikut :

1. Mengembangkan industri hulu dan industri antara berbasis sumber daya alam.
2. Melakukan pengendalian ekspor bahan mentah dan sumber energi.
3. Meningkatkan penguasaan teknologi dan kualitas sumber daya manusia (SDM) industri.
4. Menetapkan Wilayah Pengembangan Industri (WPI).
5. Mengembangkan Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri (WPPI), Kawasan Peruntukan Industri, Kawasan Industri, dan sentra Industri Kecil dan industri menengah.
6. Menyediakan langkah-langkah afirmatif berupa perumusan kebijakan, penguatan kapasitas kelembagaan dan pemberian fasilitas kepada industri kecil dan industri menengah.
7. Melakukan pembangunan sarana dan prasarana industri.
8. Melakukan pembangunan industri hijau.
9. Melakukan pembangunan industri strategis.
10. Melakukan peningkatan penggunaan produk dalam negeri dan
11. Meningkatkan kerjasama internasional bidang industri.

B. Visi Misi Pembangunan Industri Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2023-2043

Berdasarkan kondisi masyarakat Kabupaten Kotawaringin Barat saat ini, permasalahan dan tantangan yang dihadapi di masa depan, serta dengan memperhitungkan faktor strategis dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat, pemangku kepentingan, serta Pemerintah Daerah, maka dalam pelaksanaan pemerintahan

dan pembangunan untuk periode 2023-2043, dicanangkan Visi Pembangunan Industri Kabupaten Kotawaringin Barat sebagai berikut:

a. Visi Pembangunan Industri Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2023-2043

“Terwujudnya Industri Kabupaten Kotawaringin Barat yang Maju, Mandiri, Berdaya Saing dan Berkelanjutan serta berwawasan lingkungan”

b. Misi Pembangunan Industri Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2023-2043

1. Membangun industri yang berdaya saing baik skala lokal maupun regional dan bernilai tambah berdasarkan potensi sumber daya alam unggulan daerah.
2. Mengembangkan Industri Kecil Menengah (IKM) yang mampu berdaya saing baik di pasar lokal maupun internasional.
3. Meningkatkan kreatifitas dalam pengembangan, inovasi serta aplikasi teknologi.
4. Meningkatkan kontribusi industri terhadap perekonomian daerah dan kesejahteraan rakyat.

6.3 Pembangunan Sumber Daya Manusia Industri Tahun 2023-2043

A. Pengembangan dan Pemanfaatan Kreativitas dan Inovasi Tahun 2023-2043

Dalam pengembangan dan pemanfaatan suatu industri tidak luput dengan adanya kreativitas dan inovasi agar dapat berkembang dan maju khususnya untuk suatu daerah. Sehingga perlu adanya prioritas program untuk membantu tercapainya pengembangan dan pemanfaatan melalui kreativitas dan inovasi. Berikut terdapat 4 program utama yang mendukung dalam

pencapaian pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi Tahun 2023-2043:

Tabel 6.2 Pengembangan Pemanfaatan Kreativitas dan Inovasi Tahun 2023-2043

No	Program	2023-2027	2028-2033	2034-2043
1	Penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat dalam berkeaktivitas dan berinovasi	✓	✓	✓
2	Pengembangan produk dan pasar (bekerjasama dengan sentra-sentra IKM)	✓	✓	✓
3	Pendampingan pengembangan "brand" produk industri daerah	✓	✓	✓
4	Fasilitas Promosi dan pemasaran produk industri kreatif di dalam dan luar negeri	✓	✓	✓

Sumber: Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023-2026

B. Penyediaan Sumber Pembiayaan Tahun 2023-2043

Selain adanya pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi, hal lain yang tak kalah penting yaitu adanya sumber pembiayaan. Sumber pembiayaan adalah suatu pembiayaan yang berasal dari beberapa pihak baik pemerintah, swasta maupun masyarakat. Dalam hal ini, perlu adanya dukungan program agar terarah pada prioritas dalam meningkatkan pembangunan suatu daerah khususnya Kabupaten Kotawaringin Barat. Hal tersebut dilakukan tidak lain agar dapat mendukung dalam kelancaran pembangunan sumber daya manusia di industri akan mendatang yaitu di tahun 2023-2043. Berikut beberapa program prioritas agar terealisasinya penyediaan sumber pembiayaan di Kotawaringin Barat Tahun 2023-2043 yaitu:

**Tabel 6.3 Penyediaan Sumber Pembiayaan
Tahun 2023-2043**

No	Program	2023-2027	2028-2033	2034-2043
1	Penyediaan infrastruktur sumber pembiayaan usaha	✓	✓	✓
2	Fasilitasi dan pendampingan terhadap akses pembiayaan/pinjaman modal pada Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank	✓	✓	✓
3	Fasilitasi peningkatan pembiayaan melalui investasi langsung	✓	✓	✓
4	<i>Training management financial</i>	✓	✓	✓

Sumber: Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023-2026

6.4 Indikator Sasaran dan Program Pariwisata dalam RPD Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2023-2026

Dalam mencapai suatu Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2023-2026 perlu adanya indikator sasaran dan program pariwisata dalam menunjang tercapainya ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat. Adapun capaian dan target kinerja indikator kinerja daerah fokus urusan pilihan beserta program prioritas di Kabupaten Kotawaringin Barat secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.4 Indikator Sasaran Kabupaten Kotawaringin Barat

INDIKATOR SASARAN

No.	Indikator Sasaran	Tahun Realisasi						Target RPD			
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
1	Length of stay (hari)	2	2,2	2,3	2	1,06	1,06	1,1	1,3	1,8	2
2	Spending Money (Milyar Rupiah)	92,34	102,54	98	52	34	35	35,5	35,8	36,9	38,8

NORMAL
COVID
PASCA COVID
NORMAL

Sumber: Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023-2026

Berdasarkan tabel diatas, terdapat dua indikator sasaran di Kabupaten Kotawaringin Barat yaitu *Length Of Stay* (hari) dan *spending money* (milyar rupiah). Sudah terealisasi pada tahun 2017-2022, saat ini masih berjalan hingga tahun 2026 sesuai dengan target Rencana Pembangunan Daerah Kotawaringin Barat. Selain itu terdapat penurunan tahun 2020-2021 di setiap indikator sasaran, penyebab terjadinya hal tersebut dikarenakan adanya Covid-19 yang melanda seluruh dunia, salahsatunya wilayah Kabupaten Kotawaringin Barat. Namun pada tahun 2022 terjadi perbaikan secara perlahan-lahan karena adanya pemulihan dari pasca Covid-19. Tahun 2023 hingga 2026 diprediksi akan mengalami kenaikan secara perlahan sehingga indikator sasaran dapat terselesaikan sesuai dengan Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat.

Selain indikator sasaran, terdapat pula program pengembangan pariwisata yang diprioritaskan pada peningkatan pertumbuhan ekonomi di Kotawaringin Barat. Berikut program prioritas yang diprioritaskan:

Tabel 6.5 Program Pengembangan Pariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat

PROGRAM PENGEMBANGAN PARIWISATA															
TUJUAN	SASARAN	PROGRAM	INDIKATOR KINERJA	SATUAN	KINERJA AWAL	TAHUN 2023		TAHUN 2024		TAHUN 2025		TAHUN 2026		KINERJA AKHIR	
						TARGET	Rp	TARGET	Rp	TARGET	Rp	TARGET	Rp	TARGET	Rp
Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Dengan Mendorong Pengembangan Sektor-Sektor Potensial Dan Ekonomi Kreatif	Meningkatnya Daya Tarik Pariwisata	Program Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata	Prosentase Obyek Wisata Baru yang dikembangkan	%	0	6	460.000.000	13	600.000.000	19	625.000.000	25	660.000.000	63	2.345.000.000
		Program Pemasaran Pariwisata	persentase peningkatan wisatawan nusantara	%	-26,60	1	245.600.000	1,5	300.000.000	2	325.000.000	2,5	330.000.000	7	1.200.600.000
		Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif	Persentase Peningkatan SDM Parekrif	%	1.855	5	178.720.000	11	200.000.000	16	236.374.029	22	252.264.025	54	865.358.054

Sumber: Rencana Pembangunan Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat, 2023-2026

Berdasarkan tabel diatas, terdapat tujuan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui dorongan pengembangan sektor-sektor potensial dan ekonomi kreatif yang khusus menempatkan sasaran

terhadap meningkatnya daya tarik pariwisata. Dalam hal ini terdapat tiga program yaitu program peningkatan daya tarik destinasi pariwisata, program pemasaran pariwisata, dan program pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif. Ketiga program tersebut ditargetkan selesai tahun 2016 dengan kinerja akhir yang berbeda-beda setiap program. Program peningkatan daya tarik destinasi pariwisata, kinerja akhir ditargetkan sebanyak 63 dengan dana Rp. 2.345.000.000. Sedangkan, program pemasaran pariwisata kinerja akhir ditargetkan sebanyak 7 dengan dana Rp. 1.200.600.000. Terakhir, program pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif kinerja akhir ditargetkan 54 dengan dana Rp. 865.358.054.

BAPPEDALITBANG KAB KOTAWARINGIN BARAT

BAB VII

PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF

Ekonomi Kreatif di Indonesia mulai dikembangkan pada 2006. Saat itu Presiden Susilo Bambang Yudhoyono memberi perintah untuk mengembangkan konsep ekonomi kreatif. Salah satu bentuk realisasinya ialah dengan mendirikan *Indonesian Design Power* oleh Departemen Perdagangan. Tujuan utama pendirian *Indonesian Design Power* adalah untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Perkembangan konsep ekonomi ini masih terus berlanjut hingga Presiden Joko Widodo mendirikan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada 2015. Dalam perkembangannya, saat pengumuman susunan kabinet Indonesia Kerja pada Rabu, 23 Oktober 2019 lalu juga disampaikan nomenklatur baru, yaitu Menteri Pariwisata berubah nomenklturnya menjadi Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sehingga Ekonomi Kreatif tersebut berada di bawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).

Salah satu aspek penting dalam pengembangan Ekonomi Kreatif adalah ketersediaan data dan informasi statistik yang menjadi dasar dalam pengambilan kebijakan serta keputusan, baik bagi pemerintah maupun pelaku Ekonomi Kreatif. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan data tersebut, Badan Ekonomi Kreatif telah bekerjasama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016 lalu dalam melakukan penyusunan database statistik Ekonomi Kreatif yang memuat informasi seputar data indikator Makro Ekonomi Kreatif 2010- 2015 dan hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif (SKEK) 2016. Hasil kerjasama tersebut terangkum dalam infografis berikut.



Gambar 7.1 Ekonomi kreatif di Indonesia

Pada Tahun Dalam lima tahun terakhir, ekraf memberikan sumbangan yang terus meningkat jika diukur pada kontribusinya pada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2017, sumbangsih ekraf terhadap perekonomian nasional sebesar 7,24%, dan angka pertumbuhannya pun sebesar 5,06%, ini setara dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi ini diharapkan bisa terus berkembang. Tahun 2019, kontribusi ekraf terhadap ekspor sudah mencapai US\$20 miliar. Dari sisi penciptaan lapangan kerja, ekraf menghadirkan 18,1 juta kesempatan kerja di tahun yang sama. Fakta ini memberi gambaran kuatnya potensi ekraf untuk perekonomian nasional.

Di Indonesia sendiri dampak dari Covid 19 sangatlah terasa mulai dari bidang kesehatan, sosial, dan ekonomi. Hal tersebut bisa di lihat dengan berubahnya aktifitas sosial, yang dulunya kita dapat dengan bebasnya beraktifitas di luar tapi sekarang kita sangatlah di batasi beraktifitas di luar dan juga yang dulunya segala aktifitas masih dapat di lakukan secara offline namun sekarang berbagai aktifitas kita lakukan dengan serba online mulai dari berkerja, berjualan, bahkan sekolah pun di lakukan secara online. Hal ini membuat cukup banyak pihak mengalami kerugian karena berkurangnya penghasilan yang didapatkan, dalam keadaan seperti ini banyak sekali masyarakat yang berganti profesi menjadi seorang pengusaha karena di pandang cukup mudah di lakukan dan menghasilkan keuntungan yang cukup tinggi.

Kontribusi Sektor Ekraf Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2010 sampai 2020 bisa di lihat pada grafik berikut:



Gambar 7.2 PDB Ekonomi Kreatif, 2010-2020

Secara umum tiap posisi tersebut akan membutuhkan strategi pengembangan yang berbeda. Posisi tertinggal, subsektor pada posisi ini masih memiliki kelemahan dari aspek sumber seperti bahan baku, bahan penolong, tenaga kerja, dukungan dari pemerintah, manajemen usaha, teknologi, ketersediaan sarana dan prasarana maupun aspek pasar seperti pemasaran, keterkaitan dengan usaha lain, kemampuan mengangkat kebanggaan daerah serta dukungan masyarakat. Oleh karena itu pembinaan lebih diarahkan pada kegiatan pelatihan agar mampu menjalin kerjasama dengan pemasok, sesama pengusaha dan jasa pendukung, meningkatkan kemampuan produksi, memperoleh dukungan skema kredit lunak dan kemampuan memasarkan produk

Posisi potensial pasar, subsektor pada posisi ini memiliki kelemahan pada aspek sumber namun memiliki kekuatan di aspek pasar maka pembinaan lebih diarahkan pada kegiatan pelatihan agar mampu menjalin kerjasama dengan pemasok, sesama pengusaha dan jasa pendukung, meningkatkan kemampuan produksi, untuk menghasilkan produk/jasa yang tepat mutu, mencari bahan baku dan bahan penolong alternatif dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan manajerial.

Posisi potensial sumber, subsektor pada posisi ini memiliki kekuatan aspek sumber namun memiliki kelemahan pada pasar maka pembinaan lebih diarahkan pada kegiatan pelatihan agar mampu menjalin kerjasama

dengan buyer dengan menghasilkan produk/jasa yang tepat mutu, tepat waktu dan tepat pengiriman; menjalin kerjasama sesama produsen untuk kegiatan pemasaran bersama, dan memberikan pelatihan agar pengusaha mampu memluas jaringan pemasaran.

Posisi Unggulan, program pembinaan lebih diarahkan agar para pengusaha mampu menjaga relasi dengan pihak pemasok dan buyer dan menciptakan atau menjaga agar iklim usaha tetap kondusif pada industri tersebut.

Adanya keterbatasan sumberdaya ekonomi yang dimiliki dalam melakukan strategi pengembangan, maka tidak dimungkinkan memberikan perhatian pengembangan kepada semua subsektor dalam waktu yang bersamaan sehingga dibutuhkan skala prioritas strategi pengembangan. Untuk kepentingan tersebut maka strategi pengembangan yang disusun adalah strategi pengembangan untuk produk-produk unggulan. Strategi pengembangan untuk produk unggulan ini diharapkan memunculkan langkah strategis yang ditempuh oleh ekonomi kreatif di Kota Salatiga secara berjenjang dan multisektoral karena strategi ini memberi tekanan pada banyak faktor baik yang berhubungan dengan aspek sumber atau kegiatan produksi maupun kegiatan pemasaran. Proses strategi pengembangan dapat dirunut dalam tiga tahapan.



Gambar 7.3 Proses Pengembangan ekonomi Kreatif

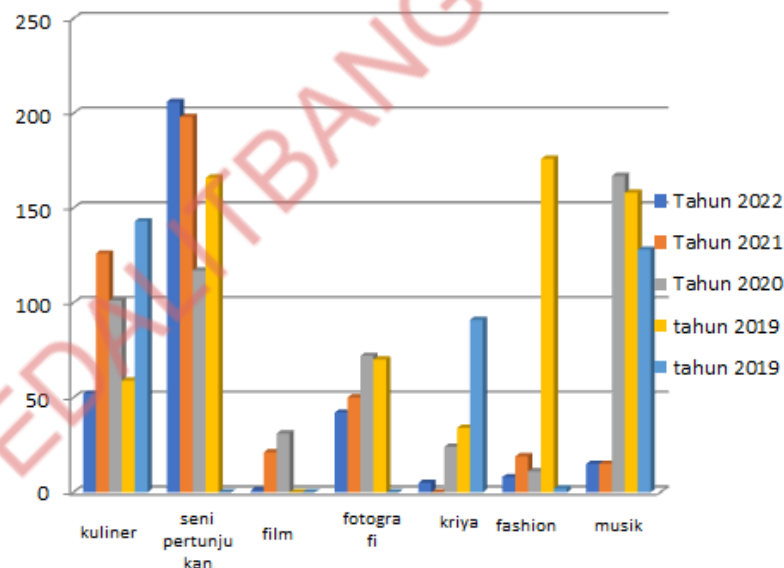
Tiga tahapan dalam strategi pengembangan dimulai dengan penentuan posisi subsektor apakah subsektor termasuk dalam posisi tertinggal, potensial pasar, potensial sumber ataukah produk unggulan.

Berfokus pada posisi unggulan, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi dan memetakan permasalahan yang terjadi pada posisi unggulan yang kemudian dicari alternatif solusi dari permasalahan yang ada dalam bentuk strategi pengembangan.

7.1 Database Produk Per Sub Sektor Tahun 2018 – 2022

Tabel 7.1 Database Produk Sub Sektor Tahun 2018 - 2022

Tahun	Sub Sektor							Total
	Kuliner	Seni Pertunjukan	Film	Fotografi	Kriya	Fashion	Musik	
2018	143	0	0	0	91	2	9	245
2019	63	15	0	70	78	51	0	277
2020	132	28	33	72	24	11	333	633
2021	141	21	21	165	0	19	15	382
2022	85	12	1	69	10	8	0	185



Gambar 7.4 Database Ekonomi Kreatif

7.2 Fasilitas Kuliner dan Belanja Industri Pendukung Wisata

Resto dan RM di Kotawaringin Barat

No	Nama Toko	Jumlah Resto
1	Arut Selatan	24
2	Kumai	4
3	Pangkalan Lada	6
4	Pangkalan Banteng	6
5	Kotawaringin Lama	2
6	Arut Utara	0
Total		42

Toko Cenderamata di Kotawaringin Barat

No	Nama Toko	Lokasi
1	Outlet Kawal	Jl. HM. Rafi'i (Depan Bappeda) - Arut Selatan
2	AA Snack	Jl. Pakunegara - Arut Selatan
3	Astuti Snack	Jl. Ahmad Yani Km 02 - Arut Selatan
4	Toko Permata Blue Kecubung I	Jl. P. Antasari, Baru - Arut Selatan
5	Toko Permata Blue Kecubung II	Jl. P. Diponegoro - Arut Selatan
6	Toko Permata Blue Kecubung 'Arrachman'	Jl. P. Antasari, Raja - Arut Selatan
7	Salbiah Abuk	Jl. Swadaya Gg. Kapitan, Sei Kapitan Kumai
8	Syarifah Salmah	Jl. Swadaya, Sungai Kapitan Kumai



Sumber : Dinas Pariwisata dan Badan Pusat Staistik (BPS) Kab. Kotawaringin Barat, 2023

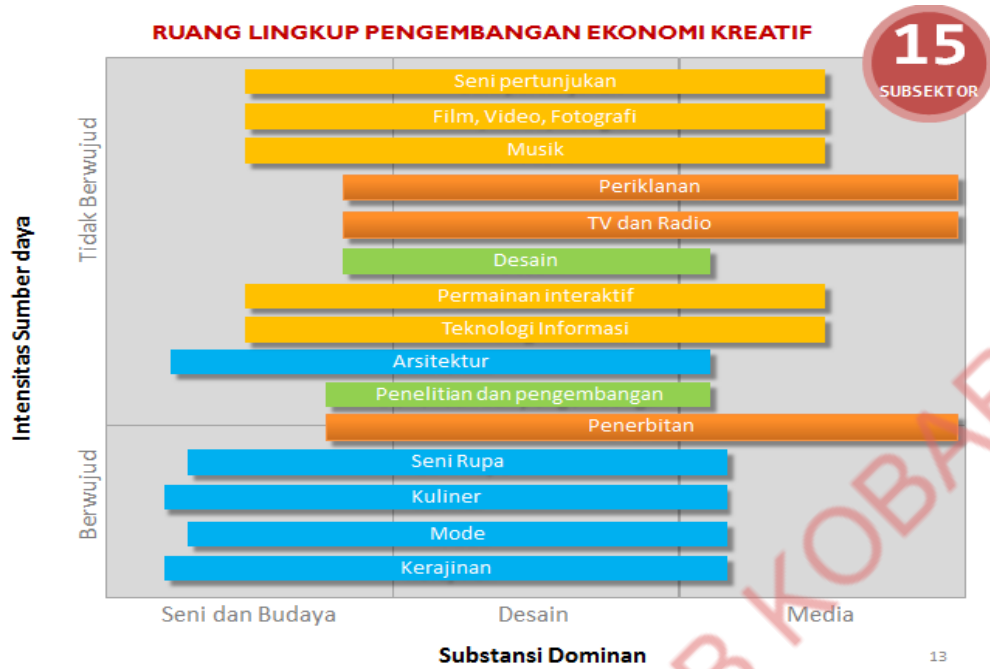
Gambar 7.5 Fasilitas Kuliner dan Belanja Industri Pendukung Wisata

7.3 Industri Kecil Menengah Pangan 2022

Tabel 7.2 Industri Kecil Menengah Pangan 2022

KODE KBLI	KOMODITI	JENIS PRODUK	TENAGA KERJA (ORANG)			KAPASITAS PRODUKSI		NILAI INVESTASI (Rp. 000)	NILAI PRODUKSI (Rp. 000)	NILAI BB/BP (Rp. 000)	ORIENTASI EKSPOR (YA/TIDAK)
			LK	PR	JUMLAH TK	JUMLAH	SATUAN				
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
10392	PANGAN	TAHU, TEMPE			2	100	KG	50.000	420.000	360.000	TIDAK
10792	PANGAN	KERUPUK BASAH DAN AMPLANG			3	1200	KG	35.000	72.000	48.000	TIDAK
10710	PANGAN	KUE KERING, SNACK			5	100	KG	20.000	70.000	50.400	TIDAK
10710	PANGAN	ROTI			3	1800	KG	100.000	72.000	51.600	TIDAK
10710	PANGAN	KUE KERING			5	600	TOPLES	30.000	90.000	64.800	TIDAK
10710	PANGAN	ROTI			5	100	BUNGKUS	15.000	45.000	30.000	TIDAK
10710	PANGAN	ROTI			2	30	BIJI	10.000	72.000	48.000	TIDAK
10710	PANGAN	ROTI BOLU KERING			5	4000	BIJI	100.000	1.200.000	864.000	TIDAK
10710	PANGAN	KUE			1	600	KG	10.000	84.000	54.000	TIDAK
10710	PANGAN	KUE			1	720	KG	10.000	30.000	18.000	TIDAK
10710	PANGAN	ROTI			2	30	BIJI	10.000	72.000	48.000	TIDAK
10794	PANGAN	KERIPIK TEMPE			2	2400	KG	15.000	210.000	150.000	TIDAK
10794	PANGAN	KERIPIK PISANG			3	200	BUNGKSU	10.000	72.000	48.000	TIDAK
10794	PANGAN	KERIPIK PISANG			2	3600	KG	10.000	48.000	36.000	TIDAK
10794	PANGAN	HASIL OLAHAN UMBI KENTANG			1	720	KG	10.000	24.000	20.640	TIDAK
10794	PANGAN	KERIPIK, PEYEK			2	1500	KG	10.000	48.000	36.000	TIDAK

7.4 Sub Sektor Ekonomi Kreatif Industri Pendukung Wisata di Kabupaten Kotawaringin Barat



Gambar 7.6 Sub Sektor Ekonomi Kreatif

A. Musik

Musik merupakan industri cukup menjanjikan dalam dunia showbiz. Besarnya minat dan antusiasme para musisi muda untuk terjun ke dalam bidang ini menunjukkan bahwa musik punya potensi menjadi industri yang lebih besar. Namun, salah satu tantangan terbesar pembajakan yang masih marak sehingga menyebabkan perkembangan industri musik di Indonesia terhambat. "Pembajakan tentunya menyebabkan turunnya kualitas dan kuantitas produksi, menurunnya apresiasi masyarakat terhadap musik, dan turunnya minat investasi di bidang ini," beber Kemenparekraf.

B. Seni Rupa

Pada subsektor ini, Indonesia mempunyai potensi terbesar baik secara kualitas, kuantitas, pelaku kreatif, produktivitas, dan potensi pasar. Seni rupa Indonesia juga sudah memiliki jaringan yang sangat kuat baik dalam negeri ataupun di luar negeri. Berbagai festival seni rupa diadakan secara rutin, bahkan yang reputasinya diakui secara internasional. Hingga kini sudah lebih dari 160 pelaku kreatif seni rupa Indonesia terlibat dalam forum dan acara internasional. Dengan

memasukkannya ke dalam 17 subsektor ekonomi kreatif Indonesia, Kemenparakraf berkomitmen mengelola seni rupa secara lebih serius.

C. Fesyen

Tren fesyen senantiasa berubah dengan cepat. Dalam hitungan bulan, selalu muncul mode fesyen baru. Ini tak lepas dari produktivitas para desainer fesyen lokal yang inovatif merancang baju-baju model baru, dan munculnya generasi muda kreatif yang antusias dengan industri fesyen ini. Masyarakat sebagai pasar pun juga semakin cerdas dan berselera tinggi dalam memilih fesyen. Di sisi lain, subsektor ini harus menghadapi banyak tantangan. Fesyen lokal masih menjadi anak tiri, pasar memprioritaskan ruangnya untuk produk-produk impor, sehingga fesyen lokal kurang mendapatkan tempat. Baca juga: Ekonomi Kreatif Bisa Menjadi Berkontribusi Lebih Besar ke Perolehan Pajak. Sedangkan tantangan lain yang tak kalah penting adalah sinergi industri hulu ke hilir, mulai dari pabrik tekstil/garmen, perancang busana, sampai ke urusan pasar.

D. Kuliner

Subsektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, oleh karena itu pemerintah akan mendukung subsektor ini supaya lebih maju. Beberapa pelaku industri kuliner melihat ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan dikelola secara lebih serius. Salah satu di antaranya adalah perlunya akses perizinan usaha melalui satu pintu sehingga lebih mudah dan efektif.

Film, Animasi, Video

Subsektor film, animasi, dan video memiliki potensi yang bisa dikembangkan menjadi lebih baik, walaupun masih harus menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya adalah minimnya SDM yang benar-benar mempunyai keahlian di bidang

film, sehingga pilihan untuk memperoleh tim dari sutradara, penulis skenario, kru, dan pemain film, sangat terbatas. Permasalahan lain yang tak kalah penting adalah layar bioskop yang terbatas dan tidak merata penyebarannya, serta belum adanya proteksi terhadap hak karya cipta sehingga aksi pembajakan masih marak.

E. Fotografi

Perkembangan subsektor ini didukung oleh meningkatnya minat anak muda terhadap fotografi, seiring perkembangan media sosial dan peralatan yang makin terjangkau. Beberapa pelaku memberikan pendapatnya tentang apa yang masih harus digarap dalam bidang fotografi ini. Pertama, belum adanya perlindungan HKI terutama untuk hak penggunaan karya fotografi. Kedua, belum adanya pengarsipan karya-karya fotografi Indonesia. Dan ketiga, Kemenparekraf diharapkan bisa membantu para fotografer Indonesia mendapatkan perhatian internasional.

F. Kriya

Seni kriya merupakan salah satu subsektor yang menjadi ciri khas Bangsa Indonesia dan sangat dekat dengan industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Dilihat dari materialnya, kriya meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil. Ketersediaan bahan baku material yang berlimpah dan kreativitas para pelaku industri menjadi faktor utama majunya subsektor ini. Indonesia memiliki banyak pelaku seni kriya yang kreatif dan piawai dalam berbisnis. Bisnis kriyanya pun beragam. Banyak dari mereka berhasil memasarkan produknya sampai ke pasar luar negeri. Produk- produk kriya Indonesia terkenal karena konsep hand made-nya, dan memanfaatkan hal tersebut sebagai nilai tambah sehingga bisa dipasarkan dengan harga yang lebih tinggi.

G. Seni Pertunjukkan

Indonesia memiliki kekayaan dan keanekaragaman seni dan tradisi pertunjukan, seperti wayang, teater, tari, dan lain sebagainya yang telah diakui dan mendapatkan apresiasi dunia internasional. Seni pertunjukan dari masing-masing daerah sudah tersebar secara sporadis ke seluruh wilayah di Indonesia. Banyaknya jumlah seni pertunjukan baik tradisi maupun kontemporer yang selama ini dikreasikan, dikembangkan, dan dipromosikan, telah mendapatkan apresiasi dunia internasional.

7.5 Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat

A. Seni Pertunjukan

No	Nama Usaha	Nama Produk	Bahan Baku
1	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Ketua / Pembina Sanggar, Penata Musik & Penata Artistik
2	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penata Kostum dan Rias
3	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
4	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
5	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
6	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
7	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
8	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
9	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
10	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
11	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
12	Sanggar SMAN 1 KOTAWARINGIN LAMA	Tarian Pesta Panen	Penari
13	Sanggar SMKN 1 Pangkalan Bun	Tarian Pesta Panen	Pemusik
14	Sanggar SMKN 1 Pangkalan Bun	Tarian Pesta Panen	Pemusik
15	Sanggar SMKN 1 Pangkalan Bun	Tarian Pesta Panen	Pemusik
16	Sanggar SMKN 1 Pangkalan Bun	Tarian Pesta Panen	Pemusik
17	Sanggar SMKN 1 Pangkalan Bun	Tarian Pesta Panen	Pemusik
18	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Ketua / Pembina Sanggar
19	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Penata tari, artistik dan musik
20	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Penari, Penata, Kostum dan Rias
21	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Penari
22	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Penari
23	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Penari
24	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Penari

25	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Pemusik
26	Sanggar Tongan Sangkuba WW TAG	Tarian Salendang Panghias Balanga	Pemusik

B. Film

No	Nama Usaha	Nama Produk	Bahan Baku
1	Siti Akobah Productions	Jasa Pembuatan video, Undangan Video, Editing video, promosi video produk	

C. Fotografi

No	Nama	Nama Produk	Bahan Baku	Keterangan	Tahun
1	Wisnu	Sunset Pantai Keraya		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
2	Rio Kresna Adhitya	Parkir		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
3	Sindi Mahardhika	Seganya Kotawaringin Barat		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
4	Dimas Aji Hernawan	Sunset Tepi arut		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
5	Fajar Dewanto	Sekonyer		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
6	CKPC	Manja		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Smile		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Rumah Betang		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Beberapa Saat Menuju Petualangan Besar		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Interesting		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Kerasnya Pagi Tanpa Laga		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Beraksi		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Berangkat		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Alone		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		My Expression		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022
		Hinggap		Ekspose Karya Fotografi di objek wisata Hotel	2022

No	Nama	Nama Produk	Bahan Baku	Keterangan	Tahun
		Welcome		Ekspose Karya Fotografi di objek wisatadan Hotel	2022
		Terbang Bebas		Ekspose Karya Fotografi di objek wisatadan Hotel	2022

D. Kriya

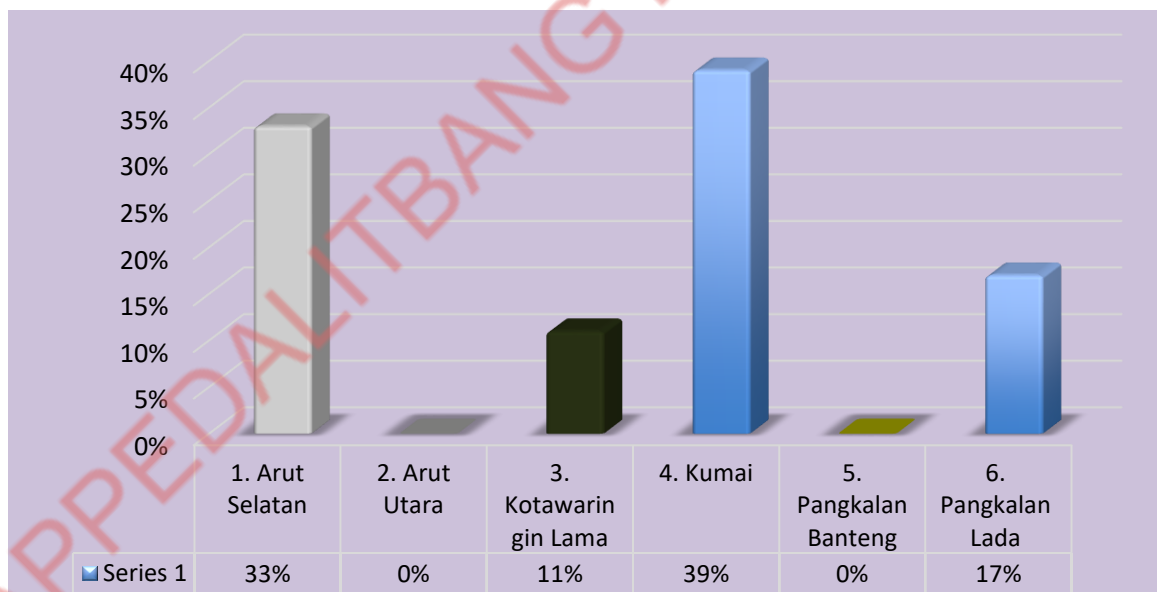
No	Nama Usaha	Nama Produk	Bahan Baku	Tahun
1	Hijab By Justri Jl Bendahara RT 010, Desa Candi, Kecamatan Kumai, Kabupaten Kotawaringin Barat Provinsi Kalimantan Tengah 74181	Jasa Hampers (pengepakan)		2022
2	Huwaida Gift	Jasa Hampers (pengepakan)		2022
3	Inopasi Indonesia	Sedotan Purun dan Cocopit		
4	Gallery Syarif Borneo	Pembuatan Baju Tari, Lawung dan Baju dari Kapuak		2022
5		Pembuatan Lawung dan pakaian khas dayyak dari kulit kayu		2022

E. Fashion

No	Nama	Alamat	Nama Usaha	Nama Produk	Bahan Baku
1	Fitriah	Jl Pakunegara Gg Ramania, Kelurahan Raja, Kecamatan Arut Selatan, Kab Kotawaringin Barat Provinsi Kalimantan Tengah	Selempang Nama Gelar	Selempang Nama Gelar	
2	Tri Wahyu Wulandari	Perumahan Griya Karya Asri No G2 RT 009, Desa Sungai Kapitan, Kecamatan Kumai	Hijab By Justri Jl Bendahara RT 010, Desa Candi, Kecamatan Kumai, Kabupaten Kotawaringin Barat Provinsi Kalimantan Tengah 74181	Pakaian	
3	Siti Hayyu Nur Afifah	Jl Natai Arahon Gg Dermawan, Kelurahan Baru, Kecamatan Arut Selatan, Kab. Kotawaringin Barat, Provinsi Kalimantan Tengah	Huwaida Gift	Pakaian	
4	Tyas Puspitasari	Jl Iskandar No 14, Kelurahan Madurejo, Kecamatan Arut Selatan, Kabupaten Kotawaringin Barat, Kalimantan Tengah	Madeeva Store, jl Topar Perumahan Marunting Lamantuha, Desa Pasir Panjang, Kecamatan Arut Selatan, Kabupaten Kotawaringin Barat 74117	Pakaian	
5	Nimal Maula	Jl. Cilik Riwut II, Desa Madurejo, Kecamatan arut	Ran Fashion by Alesha	Pakaian	

No	Nama	Alamat	Nama Usaha	Nama Produk	Bahan Baku
		Selatan, Kab Kotawaringin Barat, Kalimantan Tengah			
6	Setya Oktari	RiniJI H Abdul Azis, Desa Kumai Hilir, Kecamatan Kumai, Kab kotawaringin Barat, Provinsi Kalimantan Tengah	Setya Gallery	Pakaian	
7	Miswaton Yunisya	JI Gusti Muchtar Rt 20 RW 07, Kelurahan Baru, Kecamatan Arut Selatan, Kab. Kotawaringin Barat, Provinsi Kalimantan Tengah	Rumi Lima Waktu Pangkalan Bun	Pakaian	
8	Syahmudi	JI Gusti Mukhtar, Kelurahan Baru, Kecamatan Arut Selatan, Kab. Kotawaringin Barat, Provinsi Kalimantan Tengah	Pangkas Rambut TENKS, JI GM Arsyad, Kelurahan Baru, Kecamatan Arut Selatan, Kab. Kotawaringin Barat, Provinsi Kalimantan Tengah	Jasa Pangkas Rambut	

7.6 Kecamatan Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Di Kotawaringin Barat



Gambar 7.7 Kecamatan Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif

Pada Gambar 7.6 tersebut menjelaskan bahwa pelaku usaha terbanyak di Kabupaten Kotawaringin Barat ada di Kecamatan Kumai sebanyak 39%. Peringkat 2 ada pada Kecamatan Arut Selatan sebanyak 33%. Pada peringkat ketiga ada pada Kecamatan Pangkalan Lada yaitu sebanyak 17%. Dan yang terakhir pada Kecamatan Kotawaringin Lama sebanyak 11%. Pada Kecamatan Arut Utara dan Kecamatan Pangkalan

Banteng belum ada data yang menunjukkan adanya Pelaku usaha Ekonomi Kreatif.

BAPPEDALITBANG KAB KOBAR

BAB VIII

STRUKTUR INPUT EKONOMI KREATIF

1. Bahan Baku Lokal Industri kuliner 2022

Ekonomi kreatif di bidang kuliner memiliki beberapa macam jenis kuliner diantaranya makanan ringan seperti kue, kue basah, dimsum, pudding, keripik dan sebagainya. Terdapat juga makanan berat seperti nasi dan juga berbagai jenis minuman.

Tabel 8.1 Bahan Baku Produk Kuliner

No	Nama Produk Kuliner 1	Bahan Produk Kuliner 1
1	Bingka Kentang Kelapa Muda	Tepung, margarin, kentang, telur, santan, gula
2	Paket Bento Spesial	Ayam, Nasi, dan Bahan lainnya
	Dimsum Siomay	Ayam dan Udang
3	SANGBO KARIPIK TEMPE Basic Flavor Coto Manggala Seasoning Lime Life Chili	Kedelai, tepung sagu, dan bumbu rempah
4	Kayu apu	Telur, santan kental, gula pasir, tepung terigu, daun pandan untuk pewarna kue
	Kue bolu kukus pandan	Telur, gula, tepung terigu, santan, roti tawar, garam
5	Bolen pisang	Bahan Kulit :tepung terigu, gula, garam, lemak, susu, bahan isi: pisang, coklat, susu,
	Banana choco strudle	Bahan kulit :tepung terigu, lemak, susu, gula, garam, vanilli Bahan isi: pisang, susu, coklat
6	Lapis ketan sarimuka dengan varian 1 original. 2 Pandan. 3 Durian	Beras ketan. Gula merah. Telur. Tepung terigu. Tepung beras. Skm. Santan. Durian. Jus pandan. Valini
7	Brocuk (Brownies Cuklat)	Tepung terigu, coklat bubuk, telur, gula pasir, coklat batang, margarin dan minyak goreng
	Donis (Donat Brownies)	Tepung terigu, coklat bubuk, baking powder, telur, gula pasir, coklat batang, margarin
8	Karipap Ikan Pari	ISIAN Karipap (Kari Ikan Pari) Ikan Pari ½ kg (Direbus dan dipisahkan dari kulit dan tulang) minyak goreng 2 sdm Santan 300ml Kapulaga 2 butir Bunga Lawang 1 butir Cengkeh 2 buah Kayu manis 1 ruas bawang putih 2 siung (cincang halus) Bawang Merah 3 siung (potong tipis) Air Secukupnya Kentang besar 1 buah (Potong dadu) wortel 1 buah (Potong dadu)

		daun bawang 1 batang (iris tipis) Gula Secukupnya Garam Secukupnya Bumbu Halus: Bawang Merah 8 siung Bawang Putih 2 siung Jahe 1 ruas Kunyit Bakar 1 ruas Ketumbar 1 sdt (disangrai) Jinten 1 sdt (disangrai) Kemiri 2 butir (disangrai) Kulit Karipap : Bahan A : Tepung protein sedang 300g Minyak goreng 80g Air es 115ml Gula halus 15g Garam ½ sdt Bahan B : Tepung protein sedang 130g Mentega putih 80g
	Pastel Abon Ikan Pari	Bahan Kulit : Tepung Terigu Protein Rendah 250 g Margarin 50 g Telur 1 butir Air Es 4 sdm Garam ½ sdt Isi (Abon Ikan Pari) : Ikan Pari ½ kg Bawang Merah 5 siung Bawang Putih 2 siung Daun salam 2 lembar Daun Jeruk 3 lembar Serai 1 batang Kunyit 2 cm Laos 2 cm Gula Merah 2 biji Garam Secukupnya Minyak Goreng ½ Liter
9	Kue Nona Manis	Santan, Jus Pandan, Gula Pasir, Tepung Terigu, Tepung Maizena, Telur, Garam
	Pudding Buah	Susu Cair, Bubuk Jelly, Gula Pasir, Perisa Buah, Buah Buahan, Bubuk Agar, Air
10	Dadar Gulung	Terigu, kelapa parut dan gula merah
	Si Mentik Manis	Tepung hunkwe dan sagu mutiara
11	Puding coklat vla susu	Susu uht, bubuk coklat, skm coklat, gula, agar agar plane dan garam
	Lumpur Surga	Jus daun pandan, santan, telur, tepung dan garam Bahan atas santan, tepung maezena dan beras, garam
12	KERUPUK BASAH ISI KHAS TIGA DARA	ikan tenggiri,tepung,telur,dan bumbu
	Damiya pudding	Susu,bubuk pudding,air
13	Donat Kentang	Kentang, tepung terigu, gula, Ragi, air, Telur, Susu, Margarin
14	Kerupuk Basah Sambal Raja	Ikan Haruan,Tepung dan Rempah

	Kerupuk Basah Kemasan Oleh-Oleh	Kerupuk basah yang terbuat dari ikan haruan yg di kemas frozen kedap udara sehingga membuat kuliner khas kotawaringin barat kalteng bisa dibawa sebagai buah tangan/ oleh2 saat wisatawan datang ke Pangkalan Bun dengan tidak basi tanpa pengawet dan dengan kemasan cantik.
15	Dimsum Ayam Udang	Ayam, Udang lokal, sayuran
	Siomay Ayam Lucung	Ayam, lucung aka kecombrang, sayuran
16	KRIPIK PARE BEDA RASA	Pare, tepung beras, tepung tapioka, garam, minyak, Bawang putih
	KRIPIK SINGKONG Pedas Manis BEDA RASA	Singkong, cabe, gula merah, gula pasir, garam, bawang putih, dll
17	Puding Nagasari Jagung	Jagung, santan, agar2, hankwe, susu, dll
18	Kue Putu Ayu	Tepung. Telur. Gula pasir. Santan dll
19	Sambal Saluang Bu'un	Ikan saluang, bunga kecombrang/lucung, terasi, cabe, bawang merah, garam, penyedap
	Jus Ujung Atap	Buah-buahan lokal segar, air, gula
20	Roti Hampas	Tepung telur gula ragi susu minyak mentega garam coklat
	Bolu tapai pangkalan bun	Tapai manggala telur gula minyak tepung mentega sp
21	american Risoles	Bahan Kulit: Tepung Terigu, tepung panir, Air, Minyak, dan garam. Bahan isi : Daging Asap, Telur Rebus, Keju, Mayones.
22	Pare Berendam	Bahan A : (Kue) • 250 gr Tepung Ketan • 50 gr Tepung Beras • 250 ml Endapan Air Daun Pandan • Pewarna Secukupnya • ½ sdt garam • ½ air kapur sirih Bahan B : (Santan) • Gula Pasir secukupnya sesuai selera • ½ sdt garam • 1 sdm Maizena • 600 ml Santan Kental dari 1 btr Kelapa • 1 Lembar daun Pandan Bahan C : (Inti Kelapa) • 1 Butir Kelapa Parut yang agak muda • 100 gr Gula Merah • 1 sdt garam • 50 gr Gula Pasir • 100 ml air • 2 Lembar daun Pandan
23	Gado-Gado	Lontong; Kacang Tanah; Tahu dan Tempe; serta Sayur-mayur
	Kentang Orek ILLIN	Lontong; Kacang Tanah; Tahu dan Tempe; serta Sayur-mayur

24	Telur Asin Abinza	Telur bebek
25	Virgin Coconut Oil (VCO)	Kelapa
26	Pangsit	110 gram tepung terigu protein sedang, 1/4 sdt garam, 1 sdm tepung, tapioka, 1/2 sdm minyak goreng
27	Kembang Goyang	150 gr tepung terigu protein sedang, -150 gr tepung tapioka, -100 gr tepung beras, -100 gr gula pasir, -400 ml air/santan, -2 butir telur, -1/2 sdt garam halus, -1/2 sdt vanili bubuk, -50 gr biji wijen
28	Sale Pisang	Pisang
29	Kerupuk	50 gram tepung sagu, -200 gram tepung terigu, 1 sdt garam, 1/2 sdt baking powder, - 5 butir bawang merah, haluskan, - 1 butir telur, kocok lepas, - 2 siung bawang putih, haluskan, -santan cair secukupnya, -minyak goreng secukupnya, - 2 batang daun bawang kecil, iris halus
30	Stick Keju	200 gr tepung tapioka, -2 butir telur, -1/2 blok keju /(1 bks keju kemasan), -5 sdm munjung mentega, -1/2 sdt baking powder, 1/2 sdt garam
31	Lanting	singkong 1 kg, -bawang putih 4 siung, -ketumbar 1/2 sdm, -garam secukupnya, -Pewarna (bila suka), -Minyak untuk menggoreng
32	Kripik Pisang	1 kg pisang ambon atau pisang raja bulu, 120 gr garam halus, Minyak untuk menggoreng
33	Keripik Tempe	Bahan:- 3 lonjor tempe bulat Bahan pelapis:- 200 gr tepung beras, - 100 gr tepung tapioka, - 50 gr tepung terigu, - 400 ml air, - 2 butir telur kecil, - 1 sdt kaldu bubuk, - 1/4 sdt garam, - 10 lembar daun jeruk iris halus, - Minyak goreng
34	Keripik tempe	Bahan:- 3 lonjor tempe bulat Bahan pelapis:- 200 gr tepung beras, - 100 gr tepung tapioka, - 50 gr tepung terigu, - 400 ml air, - 2 butir telur kecil, - 1 sdt kaldu bubuk, - 1/4 sdt garam, - 10 lembar daun jeruk iris halus, - Minyak goreng
35	Keripik Pisang	1 kg pisang ambon atau pisang raja bulu, 120 gr garam halus, Minyak untuk menggoreng

36	Keripik Bawang	200 gram tepung terigu serbaguna, -30 gram tepung tapioka, -1 sdt baking powder, -1 1/2 sdt garam, -1 sdt kaldu bubuk, -1 batang daun bawang (iris halus) ambil bagian daun hijaunya saja, -2 suing bawang putih (haluskan), -3 siung bawang merah (haluskan), -1 butir telur (kocok), -100 ml air matang
37	Bolu Kering	6 butir telur, 200 gram gula pasir, 175 gram tepung terigu, 1 sdt baking powder, 1 sdt vanili bubuk, 100 gram margarin, lelehkan
38	Bolu Kering	6 butir telur, 200 gram gula pasir, 175 gram tepung terigu, 1 sdt baking powder, 1 sdt vanili bubuk, 100 gram margarin, lelehkan
39	Jahe Merah Instan	Jahe Merah dan Gula pasir

Sumber: Data Survei Lapangan, 2023

2. Bahan Baku Produksi Dalam 1 Bulan

Berdasarkan hasil survei lapangan, bahan baku produksi dalam waktu satu bulan berbeda-beda di setiap jenis usaha para pelaku ekonomi kreatif. Seperti halnya pada bidang kuliner terdapat Poklahsar Sari Raja yang dipimpin oleh Syarifah Salma yakni membutuhkan bahan baku produksi dalam satu bulan tenggiri sebanyak 720 kg/bulan, tepung tapioka sebanyak 720 kg/bulan, bumbu rempah sebanyak 360 kg/bulan, dan telur sebanyak 20 kg/bulan.

Pada usaha kuliner Uyung Sehati membutuhkan bahan baku produksi ikan tenggiri sebanyak 30 kg/bulan, ikan haruan sebanyak 40 kg/bulan, ikan Pari sebanyak 10 kg/bulan, ikan manyung sebanyak 50 kg/bulan, ikan cakalang sebanyak 10 kg/bulan, bumbu dapur sebanyak ± 3 kg/bulan, dan Gula sebanyak ± 5 kg/bulan.

Usaha kuliner Coto Manggala Raja membutuhkan bahan baku produksi dalam satu bulan Singkong manggala sebanyak 240 kg/bulan, Ayam sebanyak 15 kg/bulan, Telur sebanyak 300 biji/hari, Kulit sapi sebanyak 2,5869 kg/bulan, Bihun 120 bks/bulan (1 bks sebanyak 350 gr), Bumbu rempah ± 30 kg/bulan.

Kuliner Gula Aren Utin Utin dan Suryana membutuhkan bahan baku produksi dalam satu bulan Nira aren sebanyak 300 – 450 liter/bulan. Dan juga ada Brocuk (Brownies Cuklat) membutuhkan bahan baku produksi Tepung terigu sebanyak 17 kg/bulan, Telur sebanyak 300 butir/bulan, Mentega sebanyak 8 kg/bulan, Coklat bubuk sebanyak 4 kg/bulan, Gula pasir sebanyak 18 kg/bulan, dan Minyak goreng sebanyak 6 liter/bulan.

Pada usaha kuliner Kedai Pakdhe Joe yang menjual berbagai macam jenis kue membutuhkan bahan baku produksi dalam satu bulan Tepung terigu sebanyak 6 kg/bulan, telur sebanyak 10 butir/bulan, Mentega sebanyak ½ kg/bulan, Pisang sebanyak 15 – 20 kg/bulan, Gula pasir sebanyak 5 kg/bulan, Margarin sebanyak ½ kg/bulan.

Pada Usaha kuliner Acil Ilis membutuhkan bahan baku produksi Udang kecil basah (untuk Produk Cencalu) sebanyak ±100 kg/bulan, Udang kecil kering (untuk Produk Udang Papay) sebanyak ±100 kg/bulan, Ikan Telang, Pari, Kepala Batu, Krepes, Belanak, Otek (untuk Produk Ikan Asin) sebanyak ±100 kg/bulan, Garam sebanyak 1 karung ukuran 39 kg/minggu.

Pada ekonomi kreatif bidang kriya terdapat Batik Arut yang membutuhkan bahan baku produksi dalam satu bulan Kain sebanyak 20 yard-1 yard 90 cm, Malam sebanyak 8 kg, Getah damar sebanyak 2 kg, Getah pinus sebanyak 6 kg, Pewarna Textile sebanyak 4 kg, Waterglassse banyak 100 kg. Dan ada juga perusahaan INARA yang membutuhkan bahan baku tanaman purun sebanyak 1 m³/bulan atau 1 pickup.

Pada ekonomi kreatif bidang radio, membutuhkan bahan baku produksi lagu, penyiar, dan pemancar antenna agar radio tetap bisa beroperasi disetiap harinya.

Pada ekonomi kreatif bidang fashion terdapat Jastri yang membutuhkan bahan baku produksi ± 50 pcs hijab yang didatangkan dari Luar Kota dalam satu bulan. Terdapat juga Setya Gallery yang membutuhkan bahan baku produksi dalam satu bulan hijab dan busana 200 pcs/bulan yang didatangkan dari luar kota.

Ekonomi kreatif bidang seni pertunjukan terdapat Sanggar Bakuba yang membutuhkan bahan baku produksi dalam satu bulan talent 3 – 25 orang (sesuai jenis pertunjukan), pakaian dan property (sesuai dengan jumlah talent). Hercules Band membutuhkan bahan baku produksi 5 talent (Vocalist 1, Melodi 1, Gitaris 1, Basist 1, Drumer 1, Teknisi 1). Fredy Music membutuhkan bahan baku produksi Sound/Speaker sebanyak 2 – 4 biji, Power sebanyak 2 biji, Mixer sebanyak 2 biji, Microphone sebanyak 1 biji, Equalizer sebanyak 1 biji, Electone sebanyak 1 biji.

Dan usaha ekonomi kreatif bidang film terdapat Siti Akobah Productions yang membutuhkan bahan baku produksi 2 Talent, Kamera Handphone, Ring Light, Tripod, dan Paket Data.

3. Harga Input Bahan Baku

Masukan usaha ekonomi kreatif Kotawaringin Barat berdasarkan survey lapangan pada Poklhasar Sari Raja mengeluarkan harga input bahan baku Ikan Tenggiri sebesar Rp 60.000-70.000/kg, Tepung Tapioka sebesar Rp 350.000/sak (50kg), Telur sebesar Rp 300.000/ikat, Bumbu Rempah sebesar Rp 2.500.000/bulan. Pada Uyung Sehati mengeluarkan harga input bahan baku Krupuk Ikan sebesar Rp 90.000/kg, dan Amplang sebesar Rp 130.000/kg. Pada Abon Ikan Cap 2 Perahu mengeluarkan harga input bahan baku total per 10 kg abon sebesar ± Rp 570.000. Pada Coto Manggala Raja mengeluarkan harga input bahan baku Singkong sebesar Rp 7.000/kg, Ayam Rp 50.000/kg, Telur sebesar Rp 2.500/biji, Bihun sebesar Rp 7.000/bks, Bumbu atau rempah Rp 30.000/kg. Pada Gula Aren Utin Sipah dan Suryana tidak mengeluarkan harga input bahan baku karena bahan diambil dari alam. Pada Brocuk (Brownies Cuklat) mengeluarkan harga input bahan baku Terigu sebesar Rp 13.000/kg, Telur sebesar Rp 2.500/butir, Gula pasir sebesar Rp 14.000/kg, Mentega sebesar Rp 24.000/kg, Coklat bubuk sebesar Rp 48.000/kg, Minyak goreng sebesar Rp 20.000/lt. Pada Kedai Pakdhe Joe mengeluarkan harga input bahan baku Terigu sebesar Rp 13.000/kg, Telur sebesar Rp3.000/butir, Gula pasir sebesar Rp 14.000/kg, Mentega sebesar Rp24.000/kg, Margarin sebesar Rp 18.000/200gr, Pisang sebesar

Rp20.000/kg. Dan pada usaha Acil Ilis mengeluarkan harga input bahan baku Ikan kering sebesar \pm Rp 20.000/kg, Minyak Kelapa sebesar Rp18.000/liter, Udang Kecil Basah sebesar Rp 20.000/kg.

Pada bidang kriya Batik Arut mengeluarkan harga input bahan baku Kain sebesar Rp 20.000/yard, Malam sebesar Rp 35.000/kg, Getah Damar sebesar Rp 48.000/kg, Getah Pinus sebesar Rp 35.000/bulan, Pewarna Textile sebesar Rp 900.000/kg, Water glass sebesar Rp 25.000/kg. Perusahaan Inara mengeluarkan harga input bahan baku gratis untuk purun karena diambil dari alam, dan biaya angkut pickup sebesar Rp200.000.

Pada Radio Jreng Pangkalan Bun mengeluarkan harga input bahan baku Pemancar + Antena Modal Awal Rp 100.000.000 (masa pakai 8 tahun), Untuk 1 tahun sekitar \pm Rp 1.0417.000.

Pada ekonomi kreatif bidang fashion Jastri mengeluarkan harga input bahan baku hijab sebesar Rp1.200.000 (sudah termasuk ongkos kirim). Pada Setya Gallery mengeluarkan Rp 10.000.000 per 200 pcs (sudah termasuk ongkos kirim).

Pada bidang seni pertunjukkan Sanggar Bakuba mengeluarkan harga input untuk talent sebesar Rp 50.000 – Rp 400.000. Pada Hercules Band mengeluarkan harga input untuk Drummer sebesar Rp 6.800.000 dan sound sebesar Rp 11.000.000. Pada Fredy Music mengeluarkan harga input untuk All item sounds (pembelian awal) sebesar Rp 125.000.000.

Dan ekonomi kreatif bidang film pada Siti Akobah Productions mengeluarkan harga input bahan baku untuk Handphone Rp 3.000.000, Ringlight sebesar Rp 200.000, Tripod Rp 50.000, dan Paket Data sebesar Rp 150.000/bulan.

4. Harga Sumbangan Input Lain

Harga sumbangan input lain pada Poklahsar Sari Raja Minyak Goreng 1200 liter/bulan (Rp 15.000/lt), Gas Tabung 12kg ~ 60kg/bulan (pembelian tiap 100 kg plastik sebesar Rp. 4.500.000. Pada Uyung Sehati Minyak Goreng untuk 1 kg Amplang ~ ½ liter sebesar Rp 8000, Gas Tabung 3 kg ~ 1 tabung/bulan Rp 25.000 (subsidi), Plastik pengemasan

~ 600 pcs/bulan Rp 200/pcs. Pada Abon Ikan Cap 2 Perahu Minyak Goreng (5lt/bulan) sebesar Rp 22.000/lt, Gas Tabung (3kg-2 tabung/bulan) Rp25.000/tabung, Plastik Pengemasan (\pm 200pcs/bulan) 1 pcs Rp 2600. Pada Coto Manggala Raja Minyak Goreng $\frac{1}{2}$ lt/hari sebesar Rp 22.000/lt, Gas Tabung 3kg Rp 25.000/tabung, Krupuk $\frac{1}{2}$ kg sebesar Rp 20.000. Pada Gula Aren Utin Sipah dan Suryana Kayu bakar diambil dari alam, Cetakan gula aren dari bambu diambil dari alam, bungkus gula aren (tirus) dari daun aren yang sudah dikeringkan diambil dari alam. Pada Brocuk (Brownies Cuklat) Chocohips Rp 70.000/kg, Milo cube/permen Rp70.000/100 buah, Almond slice Rp 50.000/0,25 kg, Biskuit Rp9.000/bungkus, Box kemasan Rp 2.000/pcs. Pada Kedai Pakdhe Joe Coklat sebesar Rp 34.000/btg, Keju Rp 18.000/btg, Nanas Rp 20.000/biji, Apel Rp 80.000/kg, Tape Rp 3.000/bungkus. Pada Acil Ilis Plastik pembungkus \pm Rp 100.000, stiker Rp 50.000, Isi stapler Rp 5.000, Botol Rp 3.000/lusin, Toples Rp 2.000/1 buah .

Harga sumbangan input lain pada Batik Arut, Gas Tabung 3 kg Rp25.000/tabung, Screen Batik ukuran 2 x 1.5 Rp 100.000, Bingkai Screen/ Plangkan Rp 300.000. Pada Inara ada Serehwangi, Pandanwangi, LPG tabung sebesar Rp 25.000/tabung.

Harga sumbangan input lain pada Radio Jreng Pangkalan Bun listrik Rp 3.000.000/bulan.

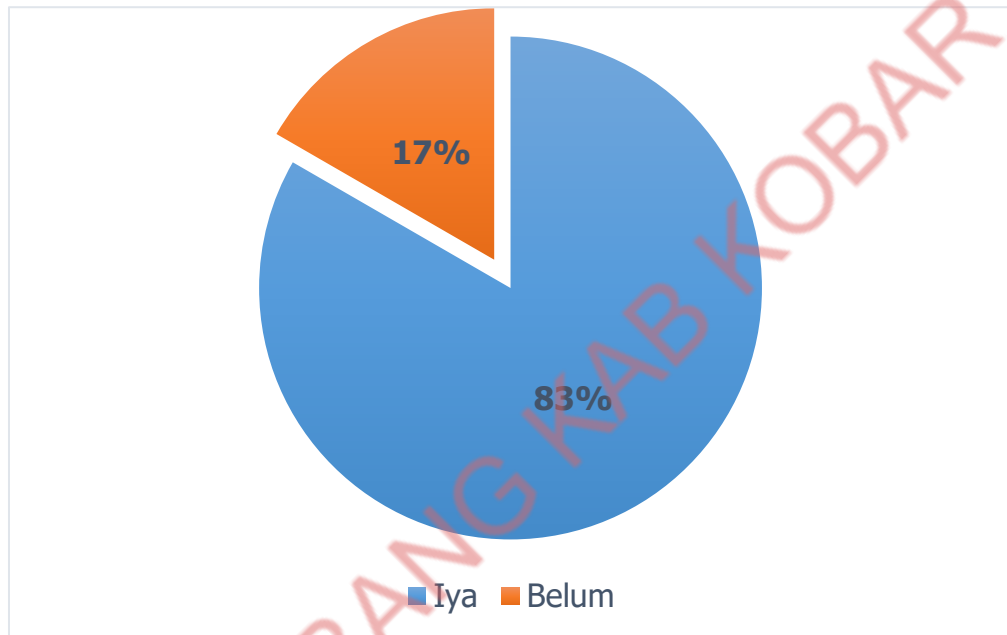
Harga sumbangan input lain pada Jastri adalah label akrilik seharga Rp 300.000. Pada Setya Gallery adalah tas kresek berlabel seharga Rp200.000/ 300 pcs.

Harga sumbangan input lain pada Sanggar Bakuba adalah Kostum Rp 750.000 sampai Rp 2.500.000/kostum. Properti seharga Rp 500.000 – Rp 10.000.000, Makeup Seharga Rp 75.000 – Rp 250.000/Org. Pada Hercules Band Makeup Talent \pm Rp 300.000/perform. Pada Fredy Music Transport PP sebesar Rp. 150.000 (Area Pangkalan Bun), Maintenance Sounds seharga \pm Rp 500.000/bulan. Dan pada Siti Akobah Productions Makeup Talent sebesar \pm Rp 50.000/shoot, Transport sebesar \pm Rp 50.000/shoot.

5. Produksi Bahan Baku di Kotawaringin Barat

Berdasarkan hasil survei lapangan di Kabupaten Kotawaringin Barat bahwa terdapat 17 persen produksi bahan baku tersedia di Kotawaringin Barat, sedangkan 83 persen masih belum tersedia untuk produksi bahan baku di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Gambar 8.1 Produksi Bahan Baku di Kotawaringin Barat



Sumber: Data Survei Lapangan, 2023

BAB IX

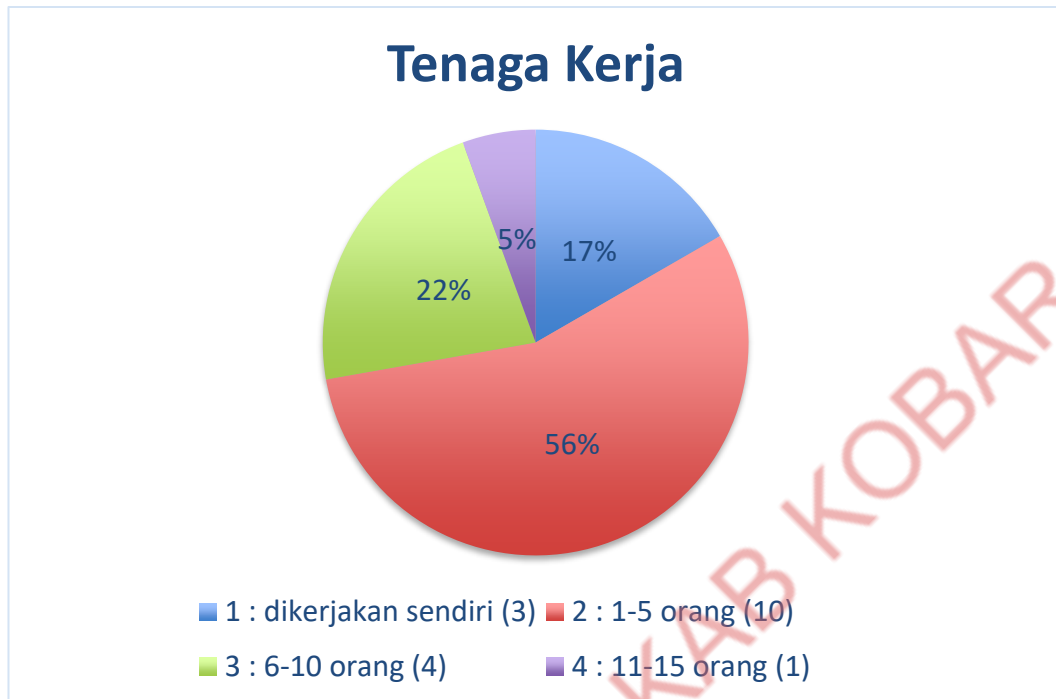
ANALISIS NILAI TAMBAH EKONOMI KREATIF

9.1 Output dalam 1 bulan

No	Nama Usaha	Output dalam satu bulan
1	POKLAHSAR SARI RAJA (Syarifah Salma)	Amplang, = 2.100kg/bulan Kerupuk Ikan= 1.500kg/bulan Stik ikan= 600kg/bulan
2	UYUNG SEHATI	Amplang= 30-50 kg/bulan (dalam tiga bulan terakhir) 70-100 kg/bulan (Tahun 2022)
3	ABON IKAN CAP 2 PERAHU	Abon Ikan = 21 kg/bulan
4	COTO MANGGALA RAJA	± 300 kg kuah Coto Manggala, ± 1.200 mangkok/bulan
5	GULA AREN UTIN SIPAH	Gula Aren = 210 turus/bulan
6	GULA AREN UTIN SURYANA	Gula Aren = 210 turus/bulan
7	BROCUK (BROWNIES CUKLAT)	Brownies = 100 pcs/bulan
8	KEDAI PAKDHE JOE	Strudel= 30 pcs (tergantung orderan, karena sistem Pre-Order)
9	ACIL ILIS	Ikan asin= ±30 kg, Udang Papay= ±100 kg, Cencalu= ±100 kg,
10	BATIK ARUT	Batik= 60-80 kain (ukuran 2 x 2 m)
11	INARA	Sedotan Purun (<i>Graff Straw</i>)= 15.000 buah/bulan
12	RADIO JRENG PANGKALAN BUN	Radio= On Air Radio 24 jam/hari, Iklan 15 jenis iklan/bulan, Iklan layanan masyarakat 2-5 jenis iklan/bulan
13	JASTRI	± 30 pcs/bulan
14	SETYA GALLERY	± 50 pcs/bulan
15	SANGGAR BAKUBA	12 x pertunjukan dalam 1 tahun
16	HERCULES BAND	4x sebulan rutin perform, 6-8 perform/bulan
17	FREDY MUSIC	4 x per bulan penyewaan Musim Hajatan bisa 8-10x
18	SITI AKOBAN PRODUCTIONS	3-4 video /bulan

Sumber : Data Primer, 2023

9.2 Tenaga Kerja dalam 1 bulan



Sumber : Data Primer, 2023

Gambar diatas menunjukkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat. Jumlah tenaga kerja di bidang ekonomi kreatif berkisar antara 1-15 orang tenaga kerja. Sebagian besar ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin memiliki tenaga kerja sebanyak 1-5 orang tenaga kerja sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar usaha di bidang ekonomi kreatif berada dalam skala mikro. Sementara hanya 5% yang memiliki skala menengah yaitu dengan tenaga kerja diatas 10 orang.

9.3 Jam Kerja dalam 1 bulan

No	Nama Usaha	Jam Kerja dalam satu bulan
1	POKLAHSAR SARI RAJA (Syarifah Salma)	Pengadonan dan Penggorengan = 7-8 jam/hari (20 hari kerja), Pengemasan = 6 jam/hari (20 hari kerja)
2	UYUNG SEHATI	6 jam/ hari (4 hari dalam 1 bulan)
3	ABON IKAN CAP 2 PERAHU	1 minggu = 3 hari kerja, 1 bulan = 9-10 hari kerja
4	COTO MANGGALA RAJA	3 jam/hari
5	GULA AREN UTIN SIPAH	Masak Aren 5-6 jam/hari, Penyadap aren 24 jam (2 kali pengambilan)

6	GULA AREN UTIN SURYANA	Masak Aren 5-6 jam/hari, Penyadap aren 24 jam (2 kali pengambilan)
7	BROCUK (BROWNIES CUKLAT)	3 jam/hari (tiap hari selalu buat)
8	KEDAI PAKDHE JOE	2 hari (2x 24 jam)
9	ACIL ILIS	Untuk Produk Cencalu, Sekali Produksi untuk stok 2 hari kedepan dan jumlahnya sekitar 20 kg dan membutuhkan proses 1 jam, Untuk Produk Ikan Asin dan Udang Papay, Sekali Produksi biasanya menyesuaikan dengan keadaan stok bahan mentah dan pengolahannya mebutuhkan penjemuran 1 hari penuh di bawah terik matahari.
10	BATIK ARUT	6 jam/hari (1 bulan=25 hari)
11	INARA	Pengerjaan 3 hari (1 hari mencuci purun selama 6 jam, 1 hari pengeringan selama 12 jam, 1 hari pembersihan lubang purun 4 jam)
12	RADIO JRENG PANGKALAN BUN	Penyiar 2-3 jam/hari (On Air 1 bulan, Sistem 4x Shift)
13	JASTRI	07.00 – 21.00 (Jam Jualan) Buka setiap hari
14	TYA GALLERY	Jam 8.00 – 17.00 ~ Buka Setiap hari
15	SANGGAR BAKUBA	1,5 jam - 2 jam (4x sebulan rutin)
16	HERCULES BAND	1 Jam sampai 3 jam per perform
17	FREDY MUSIC	2 hari/perform (1 hari= persiapan ± 6 jam, 1 hari= acara sampai selesai ± 12 jam)
18	SITI AKOBAN PRODUCTIONS	Shooting Video = 2-3 Jam/content, Editing Video = ± 4 jam/content

Sumber : Data Primer, 2023

9.4 Harga Output/Produk

No	Nama Usaha	Harga Output/Produk
1	POKLAHSAR SARI RAJA (Syarifah Salma)	Amplang Tenggiri= Rp.100.000/kg
2	UYUNG SEHATI	Amplang Tenggiri= Rp.100.000/kg
3	ABON IKAN CAP 2 PERAHU	Abon Haruan= Rp. 40.000/100 gr, Ikan Tenggiri = Rp. 35.000/100 gr, Ikan Pari = Rp. 25.000/100 gr, Ikan Manyung= Rp. 20.000/100 gr, Ikan Cakalang= Rp. 25.000/100gr
4	COTO MANGGALA RAJA	1 mangok= Rp. 10.000
5	GULA AREN UTIN SIPAH	1 turus = Rp. 45.000
6	GULA AREN UTIN SURYANA	1 turus= Rp. 45.000
7	BROCUK (BROWNIES CUKLAT)	Rp. 40,000-Rp. 240.000
8	KEDAI PAKDHE JOE	RP, 60.000-Rp. 100.000
9	ACIL ILIS	Cencalu= Rp. 30.000/kg, Ikan Asin= ±Rp.30.000/kg, Udang Papay= Rp. 80.000/kg, Minyak Kelapa 600 ml= Rp. 25.000
10	BATIK ARUT	Rp. 260.000-Rp.300.000
11	INARA	Rp. 200/biji, (Rp. 20.000/box isi 100 purun)
12	RADIO JRENG PANGKALAN BUN	Biaya iklan lokal untuk penyiaran Rp. 2.000.000- Rp. 2.500.000 per bulan, Biaya rekaman dengan Voice Over : Monolog = Rp. 500.000, Dialog = Rp. 750.000, Add Lips atau iklan baca= Rp. 50.000/baca
13	JASTRI	Rp. 25.000-Rp 55.000

14	SETYA GALLERY	Hijab = Rp 35.000-50.000/Pcs, Baju = Rp.100.000-300.000/Pcs
15	SANGGAR BAKUBA	disewa pemerintah Rp 1.500.000 - 3.000.000, disewa swasta Rp. 1.500.000 sampai 5.000.000
16	HERCULES BAND	1x Perform = Rp. 1000.000/jam (Area Pangkalan Bun) Rp.2.500.000 (Area Luar Pangkalan Bun)
17	FREDY MUSIC	Rp. 2.500.000/perform (untuk area Pangkalan Bun)
18	SITI AKOBAN PRODUCTIONS	Durasi 1 – 2 menit = Rp 300.000

Sumber : Data Primer, 2023

9.5 Upah Rata-Rata Tenaga Kerja

No	Nama Usaha	Upah Rata-Rata Tenaga Kerja
1	POKLAHSAR SARI RAJA (Syarifah Salma)	Upah borongan = ± Rp 2.000.000/bulan (20 hari kerja)
2	UYUNG SEHATI	Upah produk krupuk ikan = 8.00/kg, Upah produk krupuk amplang = Rp. 13.000/kg
3	ABON IKAN CAP 2 PERAHU	Upah borongan= Rp. 30.000/10kg ikan
4	COTO MANGGALA RAJA	Tidak ada karena dikerjakan sendiri
5	GULA AREN UTIN SIPAH	Tidak ada karena dikerjakan sendiri
6	GULA AREN UTIN SURYANA	Tidak ada karena dikerjakan sendiri
7	BROCUK (BROWNIES CUKLAT)	Tidak ada karena dikerjakan sendiri
8	KEDAI PAKDHE JOE	Tidak ada karena dikerjakan sendiri
9	ACIL ILIS	Upah sekitar 10% dari hasil penjualan
10	BATIK ARUT	Upah Borongan= ± Rp 1.5000.000 - 2.000.000/ bulan
11	INARA	Upah Borongan, Pembersihan lubang= Rp. 20.000/1000 biji, Nyuci purun= Rp. 65.000
12	RADIO JRENG PANGKALAN BUN	± Rp 1.500.000 bulan
13	JASTRI	Tidak ada karena dikelola pemilik sendiri
14	SETYA GALLERY	Tidak ada karena dikelola pemilik sendiri
15	SANGGAR BAKUBA	Biaya asisten = 50.000 sampai 3000.000
16	HERCULES BAND	Rp.200.000-300.000/orang
17	FREDY MUSIC	Penyanyi= Rp. 250.000/orang - Jumlah penyanyi 2 orang = Rp. 500.000, Pemain Electone = 500.000/orang, Teknisi Sound = Rp. 250.000/orang - Jumlah Teknisi 2 orang = Rp. 500.000, MC= Rp. 250.000/orang
18	SITI AKOBAN PRODUCTIONS	50.000 – 100.000/orang

Sumber : Data Primer, 2023

9.6 Nilai Tambah Ekonomi Kreatif

A. Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kuliner

Output/Produk Total(kg/proses produksi/Bln)	A	Amplang	2.100,00
		Kerupuk Ikan	1.500,00
		Stik ikan	600,00
		Sub Total	4.200,00
Input Bahan Baku (kg per proses produksi)	B	Tengiri	720,00
		Tepung Tapioka	720,00
		Bumbu Rempah	360,00
		Telur	20,00
		Sub Total	1.820,00
Input Tenaga Kerja (HOK/proses produksi)	C	Pengadonan dan Penggorengan	160,00
		Pengemasan	120,00
		Sub Total	280,00
Faktor Konversi (kg output/kg bahan baku)	$d = a/b$		2,31
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg bahan baku)	$e = c/b$		0,15
Harga Output (Rp/Kg)	F		100.000,00
Upah Rata Rata Tenaga Kerja (Rp/Proses produksi)	G		2.000.000,00
Harga Input Bahan Baku (Rp/Kg)	H	Ikan Tengiri	70.000,00
		Tepung Tapioka	7.000,00
		Telur	10.000,00
		Bumbu Rempah	83.333,33
		Sub Total	170.333,33
Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	I	Minyak Goreng	15.000,00
Nilai Output (Rp/Kg)	$j = d \times f$		230.769,23
Nilai Tambah (Rp/Kg)	$k = j - h - i$		45.435,90
Rasio Nilai Tambah (%)	$\% = k/j \times 100$		19,69

B. Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Kriya

Output/Produk Total(kg/proses produksi/Bln)	A	Kain	80,00
Input Bahan Baku (kg per proses produksi)	B	Kain	20,00
		Malam	8,00
		Getah Damar	2,00
		Getah Pinur	6,00
		Pewarna	4,00
		Waterglass	100,00
		Sub Total	140,00
Faktor Konversi (output/kg bahan baku)	$d = a/b$		0,57
Harga Output (Rp/Kg)	F		300.000,00
Harga Input Bahan Baku (Rp/Kg)	H	Kain	20.000,00
		Malam	35.000,00
		Getah Damar	30.000,00
		Getah Pinur	40.000,00
		Pewarna	9.000,00
		Waterglass	25.000,00

		Sub Total	159.000,00
Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	I		
Nilai Output (Rp/Kg)	$j=dx$		171.428,57
Nilai Tambah (Rp/Kg)	$k=j-h-i$		12.428,57
Rasio Nilai Tambah (%)	$\%=k/j \times 100$		7,25

C. Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Radio

Output/Produk Total(jam/Bln)	A	On Air	720,00
		Iklan	15,00
		Iklan Masyarakat	5,00
		Sub Total	740,00
Input Bahan Baku (Jam per bulan)	B	Lagu	360,00
		Penyiar	6,00
		Pemancar Antena	1,00
		Sub Total	367,00
Faktor Konversi (output/kg bahan baku)	$d= a/b$		1,96
Harga Output (RP/Jam)	F		2.500.000,00
Harga Input Bahan Baku (Rp/Jam)	H		1.041.666,67
Sumbangan Input Lain (Rp/Jam)	I		3.000.000,00
Nilai Output (Rp/jam)	$j=dx$		4.904.632,15
Nilai Tambah (Rp/Jam)	$k=j-h-i$		862.965,49
Rasio Nilai Tambah (%)	$\%=k/j \times 100$		17,59

D. Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Fashion

Output/Produk Total(Pcs/Bln)	A	Hijab	30,00
Input Bahan Baku (Pcs per proses produksi)	B	Kain Hijab	50,00
Faktor Konversi (output/kg bahan baku)	$d= a/b$		0,60
Harga Output (RP/Kg)	F		55.000,00
Harga Input Bahan Baku	H	Kain Hijab	12.000,00
Sumbangan Input Lain	I	Label Acrilic	15.000,00
Nilai Output (Rp/Pcs)	$j=dx$		33.000,00
Nilai Tambah (Rp/Pcs)	$k=j-h-i$		6.000,00
Rasio Nilai Tambah (%)	$\%=k/j \times 100$		18,18

E. Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Seni Pertunjukan

Output/Produk Total(kg/proses produksi/Bln)	A	Pertunjukan	12,00
Input Bahan Baku (per proses produksi)	B	Talent	25,00
		Pakaian	25,00
		Sub Total	50,00
Faktor Konversi (output/kg bahan baku)	$d = a/b$		0,24
Harga Output (Rp/Kg)	F		5.000.000,00
Harga Input Bahan Baku (Rp/Kg)	H	Talent	400.000,00
Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	I	Kostum	650.000,00
		Makeup	75.000,00
		Sub Total	725.000,00
Nilai Output (Rp/Kg)	$j = d \times f$		1.200.000,00
Nilai Tambah (Rp/Kg)	$k = j - h - i$		75.000,00
Rasio Nilai Tambah (%)	$\% = k/j \times 100$		6,25

F. Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Musik

Output/Produk Total(perfom/Bln)	A	Musik	6,00
Input Bahan Baku (perfom per proses produksi)	B	Vocalist	1,00
		Melodi	1,00
		Gitaris	1,00
		Basist	1,00
		Drumer	1,00
		Teknisi	1,00
		Sub Total	6,00
Faktor Konversi (perfom output/perfom bahan baku)	$d = a/b$		1,00
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg bahan baku)	$e = c/b$		
Harga Output (Rp/perfom)	F		2.500.000,00
Harga Input Bahan Baku (Rp/perfom)	H	Drumer	566.666,67
		Sounds	916.666,67
		Sub Total	1.483.333,33
Sumbangan Input Lain (Rp/perfom)	I	Make up Talent	300.000,00
Nilai Output (Rp/perfom)	$j = d \times f$		2.500.000,00
Nilai Tambah (Rp/perfom)	$k = j - h - i$		716.666,67
Rasio Nilai Tambah (%)	$\% = k/j \times 100$		28,67

G. Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Film

Output/Produk Total(uni/proses produksi)	A	Video	4,00
Input Bahan Baku (per proses produksi)	B	Talent	2,00
Faktor Konversi (output/kg bahan baku)	$d = a/b$		2,00
Harga Output (Rp/proses produksi)	F		300.000,00
Harga Input Bahan Baku (Rp/proses produksi)	H	Handphone	250.000,00

		Ringlight	16.666,67
		Tripod	4.166,67
		Paket Data	50.000,00
		Sub Total	320.833,33
Sumbangan Input Lain (Rp/proses produksi)	I	Make up Talent	200.000,00
Nilai Output (Rp/proses produksi)	$j = dx_f$		600.000,00
Nilai Tambah (Rp/proses produksi)	$k = j - h - i$		150.000,00
Rasio Nilai Tambah (%)	$\% = k/j \times 100$		25,00

BAPPEDALITBANG KAB KOBAR

BAB X

RENCANA AKSI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

1. Permasalahan Utama Ekonomi Kreatif

Permasalahan utama yang dialami para pelaku ekonomi kreatif sebagian besar adalah pada ketersediaannya bahan baku di Kabupaten Kotawaringin Barat yang masih sangat terbatas sehingga membuat para pelaku ekonomi kreatif membutuhkan modal lebih untuk membeli bahan baku dari supplier dari luar. Harga bahan baku yang tidak stabil, dan tidak semua tersedia di pasar lokal, harus mencari di pusat bahkan sampai ke Jawa, dan ongkos kirim dari Jawa masih tergolong tinggi.

Ekonomi kreatif di bidang kuliner memiliki beberapa permasalahan tersendiri seperti halnya *Branding* sentra kuliner relatif belum terlalu dikenal baik masyarakat Kabupaten Kotawaringin Barat dan di luar Kabupaten Kotawaringin Barat. Promosi yang dilakukan belum terlalu menarik minat masyarakat. *Packaging* atau pengemasan kuliner di Kabupaten Kotawaringin Barat masih relatif belum menarik dan relatif belum memiliki ciri khas tersendiri. Target pemasaran masih lokal belum untuk dikonsumsi secara nasional. Masih perlu ditingkatkannya perhatian pemerintah dalam pengembangan dan promosi kuliner di Kabupaten Kotawaringin Barat. Bahan baku makanan sebagian masih menggunakan *supplier* luar daerah sehingga memiliki tambahan biaya untuk pembelian bahan baku. Belum adanya website mengenai info hotel dan rumah makan yang dikelola sendiri oleh komunitas kuliner di Kabupaten Kotawaringin Barat.

Pada bidang seni pertunjukan memiliki permasalahan seperti Komunitas-komunitas merasa masih perlu adanya peningkatan perhatian dari pemerintah terkait dengan pengembangan kreativitas seni pertunjukan. Belum adanya tempat untuk promosi baik berupa baliho dan

online (berbasis internet/industri 4.0). Belum banyak tersedianya fasilitas-fasilitas pendukung pengembangan kreativitas pada komunitas-komunitas seni pertunjukan seperti studio, gedung pertunjukan, sanggar tempat berkumpul. Belum banyaknya even tahunan untuk pertunjukan musik. Ketika melaksanakan even masih kadangkala terkendala dengan ijin lokasi pelaksanaan even. Target pemasaran masih pada tahap lokal belum sampai pada tahap nasional dan internasional dalam menarik pengunjung. Belum kuatnya *branding* komunitas-komunitas seni pertunjukan tersebut. Kurangnya dana permodalan untuk melakukan even. Sebagian besar permodalan masih bersifat pribadi, belum memiliki kolaborasi dengan swasta, sponsor dan pemerintah. Sumber Daya Manusia tergolong banyak tetapi belum inovatif dan relatif masih ada yang belum mengikuti perkembangan teknologi.

Permasalahan pada ekonomi kreatif bidang kriya adalah Pemilik kerajinan memiliki keterbatasan biaya menyelenggarakan promosi, even, dan lainnya untuk meningkatkan pemasaran, permodalan masih menggunakan dana pribadi. Kurangnya SDM yang memiliki ketertarikan di bidang kerajinan dan kurangnya ketertarikan masyarakat untuk mengeksplorasi kerajinan. Pengrajin masih merasa perlu mendapat dukungan lagi dari pemerintah dan stakeholder terkait fasilitas, pemodal, dan promosi. Relatif belum tersedianya tempat yang representatif untuk pelaku dalam berkreatifitas. Kreatifitas terkait desain produk masih tergolong biasa dan belum kreativitas mengikuti perkembangan zaman. Bahan baku relatif yang masih terbatas/sulit dijangkau sehingga sebagian bahan baku dari luar Kabupaten Kotawaringin Barat. Promosi yang masih perlu ditingkatkan untuk meningkatkan pemasaran. Hanya sedikit generasi muda yang tertarik untuk mempertahankan/bekerja pada bidang seni kriya terutama kerajinan.

2. **Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner**

Berdasarkan hasil survei para pelaku ekonomi kreatif bidang kuliner, memberikan saran agar akses pemasaran lebih dipermudah, dengan dibukakan mangsa pasar amplang Kotawaringin Barat. Lebih diikutsertakan dalam even-event skala Provinsi atau Nasional atau Pemda agar bisa menjembatani untuk event tersebut. Produk lokal kabupaten Kotawaringin Barat bisa didorong untuk diperkenalkan sebagai produk Provinsi Kalimantan Tengah. Pemetaan bantuan UMKM/EKRAF agar tidak tumpang tindih antar dinas, karena pernah terjadi 1 UMKM dapat bantuan dari 3 dinas langsung sehingga dapat menimbulkan kecemburuan sosial. Pelatihan praktek terkait teknologi yang sesuai dengan kondisi lapangan dan dengan narasumber yang berpengalaman dengan teknologi tersebut, Terkait SNI – Konsumen belum tentu memilih produk ber SNI sedangkan untuk perpanjangan SNI cenderung ribet harus verifikasi lapangan.

Semoga pemerintah bisa menjaga kebun aren dan hutan aren alami di Kotawaringin lama, Program perluasan pohon aren agar stok nira bisa terjaga. Mengadakan Pelatihan manajemen produksi, Pelatihan manajemen pemasaran terutama pemasaran digital, Pelatihan packing/pengemasan produk. Serta Perlu adanya dukungan pemerintah dengan diadakanya pameran/festival/bazaar UMKM untuk memperkenalkan berbagai jenis produk hasil UMKM/Ekraf yang ada di Kotawaringin Barat.

a. Saran dari Poklhasr Sari Jaya

- Akses pemasaran lebih dipermudah, dibukakkan pangsa pasar amplang kobar
- Lebih diikutkan even-event skala provisi atau nasional atau pemda bisa menjembatani untuk event tersebut
- Produk lokal kabupaten Kobar bisa didorong untuk diperkenalkan sebagai produk Provinsi Kalimantan Tengah
- Pemetaan bantuan UMKM/EKRAF agar tidak tumpang tindih antar dinas, karena pernah terjadi 1 UMKM dapat bantuan dari 3 dinas langsung sehingga dapat menimbulkan kecemburuan sosial

- Pelatihan praktek terkait teknologi yang sesuai dengan kondisi lapangan dan dengan narasumber yang berpengalaman dengan teknologi tersebut
- Terkait SNI – Konsumen belum tentu memilih produk ber SNI sedangkan untuk perpanjangan SNI cenderung ribet harus verifikasi lapangan



b. Saran dari Ujung Sehati

- Ingin dibantu pemasaran secara merata dengan dibantu program pemerintah
- Penataan manajemen pemasaran dengan UMKM/pelaku ekraf dengan produk sejenis
- Pelibatan dalam expo tingkat provinsi atau semoga lebih merata tidak pelaku ekraf itu-itu saja



c. Saran dari Abon Ikan Cap 2 Perahu By Seafood BST

- Lebih mengenalkan produk UMKM/ekraf Kobar secara Nasional atau provinsi
- Mendorong untuk expo atau event-event skala provinsi atau nasional
- Lebih mengenalkan produk-produk asli kobar ke generasi muda karena sepengalaman kami ketika ada event kobar yang laris jajanan instan seperti (mie lidi, sosis, jajanan korea dsb)
- Membuat program sosialisasi dengan tema bangga produk kobar



d. Saran dari Coto Manggala Raja

- Dalam event – event kobar lebih diutamakan makanan khas kobar seperti coto manggala ini
- Mengenalkan tamu-tamu pemerintah/negara yang datang ke kobar dengan coto manggala
- Sosialisasi makanan khas lebih digencarkan agar banyak yang tahu
- Bahan baku dipasar terutama singkong dijaga agar tidak langka dan mahal



e. Saran dari Gula Aren Utin Sipah

- Semoga pemerintah bisa menjaga kebun aren dan hutan aren alami di Kotawaringin lama
- Program perluasan pohon aren agar stok nira bisa terjaga



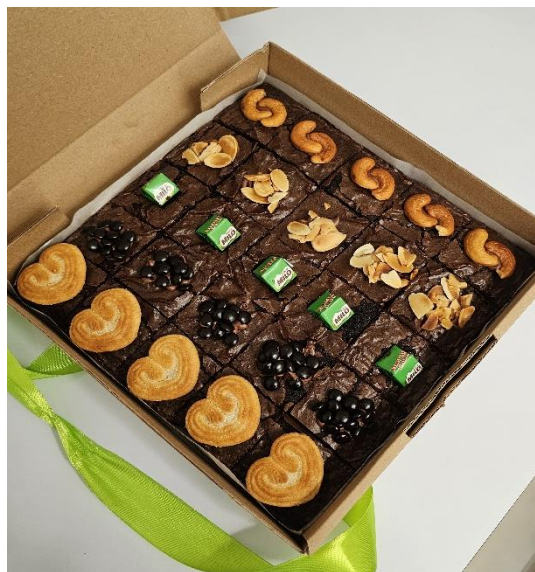
f. Saran dari Gula Aren Utin Suryana

- Semoga pemerintah bisa menjaga kebun aren dan hutan aren alami di Kotawaringin lama
- Program perluasan pohon aren agar stok nira bisa terjaga
- Penataan pemasaran gula aren antar pelaku gula aren dalam satu wilayah
- Promosi gula aren kotawaringin hulu karena salah satu gula aren terbaik di kalimantan tengah



g. Saran dari Brocuk (Brownies Cuklat)

- Lebih diperbanyak event yang dikhususkan untuk UMKM dan Ekraf
- Ketika ada event lomba makanan juri mohon diperhatikan dan lebih yang berpengalaman dalam bidangnya
- Lebih banyak pelatihan terutama pemasaran digital
- Informasi pelatihan lebih diperhatikan, karena belum menyebar secara merata terkadang tertinggal informasi



h. Kedai Pakdhe Joe

- Pelatihan manajemen produksi
- Pelatihan manajemen pemasaran terutama pemasaran digital
- Pelatihan packing/pengemasan produk
- Event- event lebih sering diadakan untuk media promosi produk



i. Acil Ilis

- Perlu adanya dukungan pemerintah dengan diadakannya pameran/festival/bazaar UMKM untuk memperkenalkan berbagai jenis produk hasil UMKM/Ekraf yang ada di Kotawaringin Barat.



3. **Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Kriya**

Para pelaku ekonomi kreatif bidang kriya berharap agar lebih mengenalkan Batik Arut sebagai produk lokal Kotawaringin Barat. Memberikan solusi terkait permasalahan pada manajemen produksi terutama tenaga kerja. Memberikan bantuan agar dipermudah dalam pengurusan proses perizinan agar lolos dalam pemasaran. Diberikan bantuan untuk akses pemasaran, bantuan permodalan, dan dipermudah akses penjualan karena beberapa kali sudah pernah kirim sampling ke luar negeri.

Saran dari Batik Arut

- Lebih mengenalkan batik arut sebagai produk Kotawaringin Barat

- Solusi terkait manajemen produksi terutama tenaga kerja



Saran dari Inara (Grass Straw)

- Dibantu terkait masalah perizinan agar lolos dalam pemasaran
- Dibantu akses pemasaran
- Dibantu terkait permodalan
- Dibantu akses penjualan karena beberapa kali sudah pernah kirim sampling ke luar negeri



4. Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Radio

Berdasarkan hasil survei para pelaku ekonomi bidang radio berharap agar kerjasama radio sebagai media partner dengan pemerintah diperkuat. Kerjasama antara radio dan pemerintah dalam penyampaian berita atau informasi kepada masyarakat, iklan layanan masyarakat bisa dilakukan dengan radio mengingat di Kotawaringin Barat belum semua memiliki akses internet atau terkadang internet sering trouble. Memperkenalkan radio yang ada di Pangkalan Bun kepada pihak-pihak swasta atau pengusaha agar dapat memanfaatkan radio sebagai iklan. Sosialisasi kepada daerah-daerah yang susah jaringan internet agar dapat mengakses radio seperti contoh di Kotawaringin Barat banyak sekali

kebun sawit sehingga radio bisa menjadi alternatif informasi bagi pekerja kebun.

Saran dari Radio Jreng Pangkalan Bun

- Kerjasama radio sebagai media patner dengan pemerintah diperkuat
- Kerja sama antara radio ddn pemerintah dalam penyampaian berita atau informasi kepada masyarakat
- Iklan Layanan masyarakat bisa dilakukan dengan radio mengingat di Kotawaringi Barat belum semua memiliki akses internet atau terkadang internet sering trouble
- Memperkenalkan radio yang ada di pangkalan bun kepada pihak-pihak swasta atau pengusaha agar dapat memanfaatkan radio sebagai iklan
- Sosialisasi kepada daerah-daerah yang susah jaringan internet agar dapat mengakses radio seperti contoh di Kobar banyak sekali kebun sawit sehingga radio bisa menjadi alternatif informasi bagi pekerja kebun



5. Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Fashion

Para pelaku ekonomi kreatif bidang fashion berharap agar diadakan pelatihan terkait pemasaran online di tiktok, ig dan marketplace dengan narasumber yang tepat. Berharap akan ada pabrik bahan baku kain atau textile di Kotawaringin Barat. Mendapatkan solusi terkait ongkos kirim bahan baku yang didapat dari luar Kalimantan. Memperbanyak mengadakan event-event terkait fashion. Informasi event-event belum begitu menyebar secara luas. Harga stand dalam event lebih dibuat lebih

terjangkau sehingga dapat jadi ajang promosi. Serta membuat komunitas untuk pelaku ekonomi kreatif khusus bidang fashion.

Saran dari Toko Jastri

- Pelatihan terkait pemasaran online di tiktok, ig dan marketplace dengan narasumber yang tepat
- Semoga ada pabrik bahan baku kain atau textile di Kobar
- Solusi terkait ongkos kirim bahan baku
- Mengadakan event-event terkait fashion, karena dirasa masih kurang
- Informasi event-event belum begitu menyebar secara luas
- Harga stand dalam event lebih dibuat lebih terjangkau sehingga dapat jadi ajang promosi



Saran dari Setya Gallery

- Pelatihan pemasaran via online seperti tiktok, ig dan marketplace
- Diadakan event-event yang bertemakan fashion
- Membuat komunitas khusus ekraf fashion



6. **Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Seni Pertunjukan**

Berdasarkan hasil survei para pelaku ekonomi kreatif bidang seni pertunjukan memberikan saran agar Pemerintah menyediakan tempat atau sanggar yang tetap untuk seni pertunjukan. Kepengurusan Dinas yang menaungi tempat sanggar agar tidak sering diganti, karena sebelumnya sering berganti-ganti kepengurusan sehingga setiap ada kegiatan seni pertunjukan harus memulai dari awal. Mengadakan event-event seni pertunjukan lebih diperbanyak atau lebih rutin. Mendapatkan bantuan penganggaran terhadap sanggar agar seni budaya tetap lestari. Serta memperkenalkan seni budaya Kotawaringin Barat ke tingkat Nasional.

Seni pertunjukan yang lainnya adalah musik, banyak dari para seniman musik di Kotawaringin Barat menginginkan pemerintah untuk memberikan solusi bantuan permodalan, mengadakan event-event yang melibatkan band di Kotawaringin Barat lebih rutin, melibatkan sektor musik pada acara-acara pemerintah, sosialisasi dan bantuan pengurusan paten terhadap karya, keterbukaan masalah dana pada event-event yang melibatkan musik sehingga tidak ada kecemburuan sosial antar pelaku ekonomi kreatif. Juga mengadakan event-event yang melibatkan pelaku usaha sound, program-program yang dapat mengangkat ekonomi pelaku usaha sound system. Komunitas sounds sendiri sudah terbentuk tapi kurang aktif, jadi perlu dilakukan penguatan komunitas melalui program pemerintah.

Saran dari Sanggar Bakuba

- Menyediakan tempat atau sanggar yang tetap
- Kepengurusan dinas yang menaungi tempat sanggar sering berganti-ganti sehingga harus memulai dari awal
- Event – event seni pertunjukan lebih rutin
- Bantuan penganggaran terhadap sanggar agar seni budaya tetap lestari
- Memperkenalkan seni budaya kobar ke tingkat nasional



Saran dari Hercules Band

- Memberikan solusi bantuan permodalan
- Mengadakan event-event yang melibatkan band di KOBAR lebih rutin
- Melibatkan sektor musik pada acara-acara pemerintah
- Sosialisasi dan bantuan pengurusan paten terhadap karya
- Keterbukaan masalah dana pada event-event yang melibatkan musik sehingga tidak ada kecemburuan sosial antar pelaku ekraf



Saran dari Fredy Music

- Mengadakan eveny-event yang melibatkan pelaku usaha sound
- Program-program yang dapat mengangkat ekonomi pelaku usaha sound system
- Komunitas sounds sudah terbentuk tapi kurang aktif, perlu dilakukan penguatan komunitas melalui program pemerintah



7. **Saran Pengembangan Para Pelaku Ekonomi Kreatif Bidang Film Kotawaringin Barat**

Berdasarkan survei para pelaku ekonomi kreatif bidang film, saran yang diharapkan adalah adanya bantuan permodalan untuk mengupgrade alat agar kualitas hasil film semakin bagus. Mengadakan pelatihan untuk menambah atau upgrade skill dalam proses pengambilan video dan editing video. Perlibatan para pelaku ekonomi kreatif film dalam event-event yang diadakan oleh pemerintah sebagai videografi lebih rutin dan diikutsertakan dalam event-event skala yang lebih besar yakni Provinsi atau Nasional dengan lebih rutin.

Sara dari Akobah Productions

- Permodalan untuk upgrade alat agar kualitas semakin bagus
- Pelatihan upgrade skill pengambilan video dan editing
- Perlibatan dalam event-event pemerintah sebagai videografi lebih rutin
- Perlibatan event-event skala provinsi atau nasional lebih rutin



8. Fokus Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif berbasis demand driven yakni sebagai berikut:

- 1) Kegiatan peningkatan kapasitas SDM ekonomi kreatif dilaksanakan secara rutin, dilaksanakan setiap tahun untuk tiap sub sektor potensial terkait masalah prioritas anggaran;
- 2) Segera dilakukan penetapan sub sektor unggulan kabupaten sehingga kebijakan teknis anggaran bisa fokus pada sub sektor tertentu;
- 3) Menyusun peta jalan ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat sebagai dasar prioritas pelaksanaan teknis kegiatan peningkatan SDM;
- 4) Meningkatkan kolaborasi penyelenggaraan event terkait ekonomi kreatif sehingga mampu memfasilitasi seluruh sub sektor ekonomi;
- 5) Membangun komunitas besar dari sub sektor – sub sektor ekonomi kreatif yang mampu mendukung ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat secara berkelanjutan;
- 6) Meningkatkan penyelenggaraan eksebisi produk/karya level regional dan nasional secara lebih intensif dan terencana;
- 7) Menyusun SOP pendampingan produk/karya, pendampingan HKI dan produk dengan indikasi geografis;
- 8) Pemerintah daerah belum menyediakan prasarana untuk pelaku ekonomi kreatif.

BAB XI

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

11.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dijelaskan, dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kabupaten Kotawaringin memiliki banyak potensi dalam pariwisata guna mendukung kemajuan perekonomian melalui ekonomi kreatif.
- b. Struktur input ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat yaitu bahan baku lokal industri kuliner, bahan baku produksi, harga input bahan baku, harga sumbangan input lain, dan harga produksi bahan baku.
- c. Dalam menganalisis nilai tambah ekonomi kreatif perlu dilakukan perhitungan output dalam satu bulan, tenaga kerja dalam satu bulan, jam kerja dalam satu bulan, harga output atau produk, dan upah rata-rata tenaga kerja.
- d. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh ekonomi kreatif khususnya pada subsektor unggulan adalah pada aspek bahan baku, permodalan, manajemen pemasaran, dan teknologi.

11.2 Rekomendasi

- a. Dengan mempertimbangkan keterbatasan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat untuk mengembangkan sub sektor unggulan di ekonomi kreatif maka dalam jangka pendek dimungkinkan untuk memprioritaskan subsektor unggulan sesuai dengan skenario B yaitu desain produk, fashion, seni rupa dan desain interior.

- b. Perlu monitoring dan evaluasi secara terencana terhadap rancangan strategi yang telah ditetapkan agar mencapai hasil yang maksimal. Jika dalam proses berjalan ditemukan kendala kendala dalam implementasi strategi maka bisa dirumuskan solusi secara cepat.
- c. Untuk lebih mengoptimalkan nilai tambah ekonomi kreatif perlu dilakukan pembinaan ekonomi kreatif secara berkelanjutan sehingga kemajuan usaha dan permasalahan yang dihadapi ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat dapat terpantau dengan baik dan perbaikan penyusunan program pembinaan dapat dilakukan dengan cepat.
- d. Perlu adanya pendataan menyeluruh terkait dengan ekonomi kreatif di Kabupaten Kotawaringin Barat, terlebih untuk subsektor yang menjadi prioritas pengembangan, sehingga bisa diamati kemajuan ekonomi kreatif dari waktu ke waktu.
- e. Menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dialami oleh para pelaku usaha yang berada dalam cangkupan nilai tambah ekonomi kreatif, dan rencana aksi kedepannya untuk membantu para pelaku usaha dan memberikan kemajuan perekonomian di Kabupaten Kotawaringin Barat.
- f. Pengembangan ekonomi kreatif hendaknya didukung dengan pembuatan keputusan yang bersifat mengikat sehingga memiliki kekuatan hukum sebagai bahan acuan instansi terkait dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Kotawaringin Barat.