

**NASKAH AKADEMIK  
RANCANGAN PERATURAN DAERAH KOTA SURABAYA  
TENTANG  
PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF**



**BADAN PEMBENTUK PERATURAN DAERAH  
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH  
KOTA SURABAYA  
2018**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat dan hidayah – Nya sehingga Naskah Akademik tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif ini dapat diselesaikan.

Penyusunan Naskah Akademik ini, merupakan amanat Undang – Undang RI Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang – Undangan, dengan aturan Pelaksanaannya yang dituangkan dalam Peraturan Presiden RI Nomor 87 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang – Undang Nomor 12 Tahun 2011 dan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah, yang menyebutkan bahwa Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten / Kota disertai dengan penjelasan atau keterangan dan / atau Naskah Akademik. Naskah Akademik ini merupakan penelaahan ilmiah / akademik terhadap suatu Rancangan Peraturan Daerah sebagai solusi terhadap permasalahan dan kebutuhan hukum masyarakat.

Dalam penyusunan Naskah Akademik ini, seluruh anggota Tim Penyusun telah berupaya semaksimal mungkin, dengan menggali informasi dari Sumber Kepustakaan dan para Narasumber / Informan yang terkait. Sehubungan itu, pada kesempatan ini patut kiranya kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah berkenan memberikan bantuan dan dukungan. Namun kami sadar dari bahwa Naskah Akademik ini masih jauh dari sempurna dan belum dapat memenuhi harapan. Oleh karena itu, dengan rendah hati kami mohon kritik, saran dan masukan untuk penyempurnaan lebih lanjut.

Surabaya, 30 April 2018

Tim Penyusun

**DAFTAR ISI**

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
BAB I      PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	2
C. Tujuan dan Kegunaan.....	3
D. Metode.....	4
BAB II      KAJIAN TEORI DAN PRAKTIS EMPIRIS	
A. Kajian Teoritis .....	6
B. Kajian Praktis Empiris .....	12
BAB III      EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT	
A. Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945....	16
B. Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah .....	17
C. Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataa.....	18
D. Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian .	19
E. Undang-Undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan..	21
F. Undang-Undang No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah .....	21
G. Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif.....	22
H. Peraturan Presiden No. 107 Tahun 2015 tentang Izin Usaha Industri .....	22
BAB IV      LANDASAN FILOSOFI, SOSIOLOGIS DAN YURIDIS	
A. Landasan Filosofi.....	24
B. Landasan Sosiologis.....	26
C. Landasan Yuridis .....	28

BAB V     JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN RUANG LINGKUP  
MATERI MUATAN

A. Jangkauan dan Arah Pengaturan ..... 31

B. Ruang Lingkup Materi Muatan ..... 34

BAB VI    PENUTUP

A. Kesimpulan ..... 36

B. Saran ..... 36

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- 1. Draf Rancangan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor..... Tahun  
Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas, lebih mengedepankan ide dari sumber daya manusia (SDM) dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi Kreatif dapat dikatakan sebagai upaya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan melalui ide, talenta dan kreativitas yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Pada awalnya, peran Pemerintah dalam bidang Ekonomi Kreatif tercermin pada Perpres Nomor 92 Tahun 2011 yang dibentuk Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang secara khusus membidangi pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia dan merujuk pada buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2009-2015, yang diterbitkan oleh Kementrian Perdagangan RI merupakan era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Dengan kata lain, perhatian utama Ekonomi Kreatif adalah pada faktor *human capital*.

Ekonomi Kreatif di Surabaya potensinya sangat besar untuk dikembangkan, potensi ini didukung oleh banyaknya perguruan tinggi dan sekolah-sekolah yang berkontribusi di sektor tersebut, Disamping itu juga terdapat 29 komunitas yang berkaitan dengan industri kreatif, namun sejauh ini potensi tersebut belum dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Surabaya memiliki pelaku-pelaku Industri Kreatif sangat potensial, namun belum dikembangkan secara optimal. Hal ini disebabkan oleh kesadaran dan kepahaman para pelaku kreatif tentang nilai keekonomian atas suatu produk dari suatu kreativitas belum optimal, belum adanya sinergi yang jelas dan terpadu antar lembaga-lembaga pemerintahan dalam menyikapi persoalan tersebut. Disamping itu belum adanya SKPD yang memiliki wewenang khusus mengatur tata kelola Ekonomi Kreatif di Surabaya.

Merujuk pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Pasal 17 ayat (1) disebutkan bahwa Daerah berhak menetapkan Kebijakan Daerah untuk menyelenggaraan urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah. Adapun yang dimaksud dengan “Kebijakan Daerah” dalam ketentuan ini adalah Peraturan Daerah (Perda), Peraturan Kepala Daerah (Perkeda) dan Keputusan Kepala Daerah. Hal ini dapat dijelaskan bahwa dalam melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah, Kepala Daerah dan DPRD selaku Penyelenggara Pemerintahan Daerah membuat Perda sebagai dasar hukum bagi daerah dalam menyelenggarakan Otonomi Daerah.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, DPRD Kota Surabaya berinisiatif membentuk Peraturan Daerah (Perda) sebagai dasar hukum bagi Daerah Kota Surabaya dalam mengembangkan Ekonomi Kreatif di Surabaya.

## **B. Identifikasi Masalah**

Suatu kajian ilmiah atau penelaahan keilmuan dimulai dengan masalah, yaitu merumuskan masalah dengan baik (Peter R. Senn dalam Suriasumantri, 2006:112). Hal tersebutkan mengisyaratkan bahwa dalam kajian Naskah Akademik hendaknya dimulai dengan mengadakan identifikasi masalah yang akan dirumuskan. Identifikasi masalah memuat rumusan mengenai masalah apa yang ditemukan dan diuraikan dalam Naskah Akademik.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka rumusan masalah yang hendak dijawab dan diuraikan adalah sebagai berikut :

1. Permasalahan yang dihadapi Kota Surabaya berkaitan dengan fenomena Ekonomi Kreatif dan mengapa perlu Rancangan Peraturan Daerah untuk mengatur hal tersebut?
2. Apa yang menjadi pertimbangan atau landasan filosofis, sosiologis dan yuridis pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Ekonomi Kreatif?
3. Apa sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan dan arah pengaturan dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Ekonomi Kreatif?

## **C. Tujuan dan Kegunaan**

### **1. Tujuan**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas, maka penyusunan Naskah Akademik memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Merumuskan alasan pembentukan Rancangan Peraturan Daerah sebagai dasar hukum penyelesaian atau solusi permasalahan Ekonomi Kreatif di Surabaya.
- b. Merumuskan pertimbangan atau landasan filosofis, sosiologis dan yuridis pembentukan Rancangan Peraturan Daerah tentang Ekonomi Kreatif.
- c. Merumuskan sasaran yang akan diwujudkan, ruang lingkup pengaturan, jangkauan dan arah pengaturan dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Ekonomi Kreatif.

### **2. Kegunaan**

Naskah Akademik merupakan salah satu langkah yang paling penting dalam proses legislasi, karena Naskah Akademik berperan sebagai “*quality control*” yang sangat menentukan kualitas suatu produk hukum. Naskah Akademik merupakan landasan dan sekaligus arah penyusunan suatu Peraturan Daerah (USAID & LGSP, 2007:22).

Sehubungan hal tersebut, maka penyusunan Naskah Akademik ini adalah sebagai *quality control*, landasan dan arah penyusunan Rancangan Peraturan Daerah tentang Ekonomi Kreatif Surabaya.

## **D. Metode**

Penyusunan Naskah Akademik pada dasarnya merupakan suatu aktivitas penelitian. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan Naskah Akademik ini adalah metode penelitian untuk kebijakan (*Methods For Policy Research*) yaitu penelitian untuk merumuskan suatu kebijakan, baik kebijakan baru atau revisi (Nugroho, 2013:46). Metode tersebut tidak dibedakan atau sering disebut dengan istilah Analisis Kebijakan Publik (*Public Policy Analysis*), yaitu aktivitas menciptakan pengetahuan tentang dan dalam proses pembuatan kebijakan. Metodologi analisis kebijakan menggabungkan lima prosedur umum yang lazim dipakai dalam pemecahan masalah (1) perumusan masalah (definisi), (2) peramalan

(prediksi), (3) rekomendasi (preskripsi), (4) pemantauan (deskripsi), dan (5) evaluasi (Dunn, 2003). Fokus dalam penelitian kebijakan atau analisis kebijakan dibagi dalam dua jenis analisis secara seimbang, yaitu perumusan masalah dan pemecahan masalah (Sutardji, 2013).

Pada intinya, pembuatan Perda sebenarnya merupakan suatu bentuk pemecahan masalah secara rasional. Layaknya sebagai proses pemecahan masalah, langkah pertama yang perlu diambil adalah menjabarkan masalah yang akan diatasi dan menjelaskan bagaimana Peraturan Daerah (Perda) yang diusulkan akan dapat memecahkan masalah tersebut.

Guna memberikan arah kegiatan dalam pembentukan Perda tentang Ekonomi Kreatif sebagaimana telah diuraikan diatas, maka perlu kiranya disampaikan langkah – langkah dalam pembentukan Perda tersebut. Secara umum, terdapat 7 (tujuh) langkah yang perlu dilalui dalam menyusun suatu Perda baru (USAID & LGSP, 2007:16), sebagai berikut :

1. Identifikasi isu dan masalah.
2. Identifikasi *legal baseline* atau landasan hukum dan bagaimana Perda baru dapat memecahkan masalah.
3. Penyusunan Naskah Akademik.
4. Penulisan Rancangan Perda.
5. Penyelenggaraan Konsultasi Publik.
6. Pembahasan DPRD.
7. Pengesahan Perda.

Uraian dari masing – masing langkah tersebut dapat bervariasi dan menggunakan istilah yang berbeda – beda, namun secara umum seluruh langkah tersebut perlu dilalui.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIK EMPIRIS

#### A. Kajian Teoritis

##### 1. Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. John Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2001) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Dalam sebuah wawancara bersama Donna, Howkins menjelaskan bahwa:

“ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.”

Dos Santos (2010) dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surabaya 2014-2015 mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai: sekumpulan aktifitas ekonomi berbasis pengetahuan dengan nilai-nilai budaya dan keterhubungan yang bersilangan dengan sektor ekonomi lain. Didalam aktifitas ekonomi kreatif inilah dimotori oleh industri kreatif yaitu: barang dan jasa yang memiliki konten kreatif, nilai ekonomi dan tujuan pemasaran.

Industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan menurut Departement Perdagangan Indonesia (2008) menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Sedangkan Ekonomi Kreatif didefinisikan sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Dalam konsideran Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif disebutkan bahwa Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan

daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat.

Dalam penyusunan Raperda Pengembangan Ekonomi Kreatif ini definisi Ekonomi Kreatif menggunakan konsep/definisi yang terdapat Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

## **2. Ciri-Ciri Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif atau industri kreatif memiliki ciri khusus, yaitu menampilkan keunggulan kreativitas dalam menghasilkan desain-desain kreatif yang melekat pada produk barang/jasa yang dihasilkan. Ekonomi Kreatif merupakan pengembangan ekonomi berdasarkan pada keterampilan, kreativitas dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis, sehingga menitikberatkan pada pengembangan ide dalam menghasilkan nilai tambahan.

Ekonomi kreatif atau industri kreatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Memiliki unsur utama kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.
- b. Terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan.
- c. Siklus hidup singkat, margin tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru.

Ciri khas dari kelompok ini adalah penguasaan Teknologi, kekuatan Talenta individu dan kemampuan sosial untuk lebih Toleran dalam menghadapi keragaman dan perbedaan budaya atau dikenal dengan Teori 3T: *Technology, Talent, Tolerant*. (R. Florida, 2002).

Dimiter Gantchev (2009) menguraikan karakteristik pada ekonomi berbasis pengetahuan dan kekayaan intelektual, antara lain (1) Kreatifitas Manusia dimana sektor ini membutuhkan kemampuan kreatif diatas rata-rata; (2) Kreatifitas secara langsung membentuk inti dari bisnis; (3) Bergantung pada talenta lokal, kemampuan dan pengetahuan; (4) Model bisnis cenderung berbentuk kerja kolaboratif berorientasi proyek; (5) Pelaku memiliki kemampuan memproduksi makna simbolik dan konten bernilai kultural; (6) Menghasilkan dan mengomunikasikan ide dan nilai budaya; (7) Penguatan Kekayaan Intelektual untuk melindungi produknya

sebagai prinsip mengelola industri; (8) Aktifitas bertumpu pada perlindungan produk/jasa andalannya melalui hukum hak cipta.

### **3. Sub Sektor Ekonomi Kreatif**

David Throsby (2007) memperkenalkan model klasifikasi ‘*Concentric Circles*’ dimana sektor inti dari ekonomi kreatif merupakan ide asli dari suatu produk kreatif.

Sub Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia, ada 14 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan, dari sebelumnya 12 subsektor. Pemetaan Industri kreatif di Indonesia ditetapkan berdasarkan studi akademik atas Klasifikasi Baku Usaha Industri Indonesia (KBLI) yang diolah dari data Badan Pusat Statistik dan sumber data lainnya seperti komunitas kreatif, lembaga pendidikan dan pelatihan yang dirilis di media elektronik maupun media cetak. Adapun subsektor ekonomi kreatif yang dimaksud yakni arsitektur, desain, film, video dan fotografi, kuliner, kerajinan, mode, musik, serta penertiban dan percetakan. Selain itu termasuk permainan interaktif, periklanan, riset dan pengembangan, seni rupa, seni pertunjukan, teknologi informasi, serta televisi dan radio.

Berdasarkan study pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia. SubSektor yang merupakan industri berbasis kreativitas antara lain:

- a. Periklanan: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye publik, tampilan iklan di media cetak dan elektronik
- b. Arsitektur: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan cetak biru bangunan dan informasi produksi antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang dan lain-lain
- c. Pasar Barang seni: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan dan kreasi, pekerjaan, produk antik, dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet
- d. Kerajinan: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselen, kain, marmer, kapur dan besi

- e. Desain: Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan
- f. Fashion: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian modern dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fashion.
- g. Video, Film dan Fotografi: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron dan pameran film.
- h. Permainan interaktif: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan dan edukasi.
- i. Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi dan komposisi musik.
- j. Seni Pertunjukan: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tari tradisional, tari kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan
- k. Penerbitan dan Percetakan: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penulisan konten, dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.
- l. Layanan Komputer dan Perangkat Lunak: kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan perangkat lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur perangkat lunak, desain prasarana perangkat lunak dan perangkat keras, serta desain portal.
- m. Televisi dan Radio: Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi, dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio

n. Riset dan Pengembangan: kegiatan kreatif yang terkait dengan kegiatan inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Mengacu dari Pengembang Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 Dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surabaya 2014-2015 disebutkan bahwa sektor ekonomi kreatif dibagi menjadi 14 sub sektor sebagaimana diuraikan tersebut diatas.

Dalam Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019 disebutkan bahwa sektor ekonomi kreatif terdiri dari 16 sub sektor sebagai berikut:

- a. Arsitektur
- b. Desain Interior
- c. Desain Komunikasi Visual
- d. Desain Produk
- e. Film Animasi Video
- f. Fotografi
- g. Kriya
- h. Kuliner
- i. Musik
- j. Fesyen
- k. Aplikasi dan Pengembang Permainan
- l. Penerbitan
- m. Periklanan
- n. Televisi dan Radio
- o. Seni Pertunjukan
- p. Seni Rupa

Untuk melihat perbandingan sub sektor ekonomi kreatif menurut departemen perdagangan dengan badan ekonomi kreatif dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

No.	Sub Sektor Menurut Departemen Perdagangan	Sub Sektor Menurut Badan Ekonomi Kreatif
1	Periklanan	Arsitektur
2	Arsitektur	Desain Interior

3	Pasar Barang seni	Desain Komunikasi Visual
4	Kerajinan	Desain Produk
5	Desain	Film Animasi Video
6	Fashion	Fotografi
7	Video, Film dan Fotografi	Kriya
8	Permainan interaktif	Kuliner
9	Musik	Musik
10	Seni Pertunjukan	Fesyen
11	Penerbitan dan Percetakan	Aplikasi dan Pengembang Permainan
12	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	Penerbitan
13	Televisi dan Radio	Periklanan
14	Riset dan Pengembangan	Televisi dan Radio
15		Seni Pertunjukan
16		Seni Rupa

Dalam penyusunan Raperda Pengembangan Ekonomi Kreatif ini menggunakan konsep Bekraf yang membagi sektor ekonomi kreatif menjadi 16 sub sektor.

**4. Pembangunan Ekonomi Kreatif**

Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah NasionalL 2015-2019 serta isu strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif nasional, maka visi pengembangan ekonomi kreatif dapat dirumuskan sebagai berikut: Ekonomi Kreatif sebagai penggerak terciptanya Indonesia yang berdaya saing dan masyarakat berkualitas hidup.

- a. Berdaya saing yang ingin diwujudkan adalah sebuah kondisi masyarakat yang kreatif, mampu berkompetisi secara adil, jujur dan menjunjung tinggi etika, unggul di tingkat nasional maupun global, dan memiliki kemampuan (daya juang) untuk terus melakukan perbaikan (*continuous improvement*), dan selalu berpikir positif untuk menghadapi tantangan dan permasalahan,
- b. Berkualitas Hidup yang ingin diwujudkan adalah sebuah kondisi masyarakat yang bahagia, yaitu: sehat jasmani dan rohani, berpendidikan, memiliki kesadaran untuk menjaga kelestarian

lingkungan, memiliki kehidupan yang seimbang, memiliki kepedulian sosial, memiliki toleransi dalam menerima perbedaan yang ada, dan menginterpretasikan nilai dan kearifan lokal, warisan budaya, tradisi secara bijaksana, mampu mengembangkan dan memanfaatkan budaya, dan menjadikan budaya sebagai dasar penciptaan jati diri dan karakter bangsa-nya.

Adapun misi dari ekonomi kreatif, antara lain untuk mengoptimalkan pengembangan dan pelestarian sumber daya lokal yang berdaya saing, dinamis, dan berkelanjutan. Kemudian mengembangkan industri kreatif yang berdaya saing, tumbuh, beragam, dan berkualitas dan mengembangkan lingkungan kondusif yang mengarusutamakan kreativitas dalam pembangunan nasional dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan.

## **B. Kajian Praktik Empiris**

Kajian praktik empiris merupakan suatu kajian terhadap kondisi ekonomi kreatif di Kota Surabaya serta permasalahan yang dihadapi selama ini.

### **1. Ekonomi Kreatif di Surabaya**

Secara umum kontribusi sektor Ekonomi Kreatif dalam perekonomian Indonesia terus meningkat. Mengutip dari harian *Bisnis Indonesia*, industri kreatif memberikan kontribusi rata-rata 7,13 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) selama periode 2010-2014, dimana pada tahun 2010, sumbangan ekonomi kreatif terhadap PDB tercatat sebesar Rp 473 triliun dan pada tahun 2013 meningkat menjadi Rp 641 triliun. Ketua Bidang Industri Kreatif, Teknologi Informasi, dan Media Hipmi Jatim menyatakan, di Surabaya tahun 2012, industri kreatif memberikan kontribusi sebesar 7 persen atau sekitar Rp 12,3 triliun dari total PDRB Surabaya. Di Jawa Timur, industri ini menyumbang Rp 54 triliun per tahun terhadap PDRB Jawa Timur. <https://www.encycity.co/potensi-industri-kreatif-di-surabaya/> Kontribusi industri ini terhadap PDRB di Surabaya cukup baik.

Pengembangan ekonomi kreatif di Surabaya didasarkan pada pengembangan akan potensi sumber daya manusia untuk mencapai kondisi ekonomi yang ideal dengan tetap memperhatikan nilai-nilai sosial, kemajuan budaya dan keberlanjutan lingkungan. Perbedaan kondisi

ekonomi maupun perbedaan budaya yang dimiliki oleh komunitas sosial tertentu harus dimaknai sebagai nilai positif dalam rangka menciptakan usaha-usaha kreatif yang mampu menciptakan produk-produk baru yang bernilai ekonomis.

Perkembangan ekonomi kreatif di Surabaya tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi saja, akan tetapi juga berperan dalam penguatan citra dan identitas Kota Surabaya, mengembangkan sumber daya yang terbarukan, mendorong terciptanya kreasi dan inovasi serta dapat memberikan dampak sosial yang positif, terutama dalam peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Sampai saat ini permintaan terhadap karya kreatif terus meningkat, kecenderungan ini akan terus berlangsung selama pendapatan masyarakat dan jumlah penduduk makin bertambah, pendapatan penduduk yang semakin tinggi, dan konsumen yang lebih memperhatikan aspek desain dan estetika.

Ekonomi Kreatif harus didukung dengan ketersediaan sumber daya manusia yang berkompeten dan kreatif, karena ekonomi kreatif ini dapat memberikan kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi di Surabaya. Ekonomi Surabaya dapat menunjukkan kekuatan yang lebih besar apabila didukung oleh para pelaku Ekonomi Kreatif dan juga pelaku Industri Ekonomi Kreatif yang berkualitas. Kekuatan tersebut harus diberdayakan secara berkelanjutan sehingga perekonomian Surabaya mampu bersaing pada tingkat nasional maupun internasional.

Sejak Departemen Perdagangan RI merilis cetak biru pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2009-2025 serta pengembangan subsektor-subsektor ekonomi kreatif yang kemudian dikenal sebagai industri kreatif itu. Berdasarkan cetak birunya, ada 14 subsektor industri kreatif, yaitu periklanan; penerbitan dan percetakan; TV dan radio; film, video dan fotografi; musik; seni pertunjukan; arsitektur; desain; fesyen; kerajinan; pasar barang seni; permainan interaktif; layanan komputer dan piranti lunak; penelitian dan pengembangan.

Walikota Surabaya Tri Rismaharini mengatakan Kota Pahlawan memiliki potensi besar yang didukung kualitas sumber daya manusia (SDM) dan mampu memunculkan berbagai ide kreatif bernilai ekonomis. Potensi industri kreatif yang sangat besar ini didukung oleh banyaknya perguruan tinggi berkualitas di sektor tersebut. Selain itu, juga dipicu

perkembangan sekolah menengah kejuruan (SMK) yang bergerak di industri kreatif. Dukungan kepada pelaku industri kreatif sangat beragam tapi tidak selalu diwujudkan dengan menyalurkan dana khusus dari sumber Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Pada program Pahlawan Ekonomi, Pemerintah Kota Surabaya juga tidak menyalurkan dana. Akan tetapi, sekarang program tersebut mampu menuai keberhasilan tersendiri. <http://ekonomibisnis.suarasurabaya.net/news/2017/194722-Sektor-Ekonomi-Kreatif,-Jadi-Sumber-Kekuatan-Ekonomi-Baru>.

Berdasarkan data pada Pemerintah Kota Surabaya tentang pengembangan ekonomi kreatif bahwa pada tahun 2014-2015 diperoleh data sebagai berikut :

- a. Ada 11 SMK Negeri di Surabaya serta sejumlah 105 SMK Swasta dengan jurusan yang identik dengan SMK Negeri (terlampir) yang memiliki Jurusan berkaitan dengan Sub Sektor Industri Kreatif
- b. Ada 13 perguruan tinggi di Surabaya (terlampir) yang memiliki Jurusan berkaitan dengan Sub Sektor Industri Kreatif
- c. Terdapat 29 komunitas yang berkaitan dengan industri kreatif di Surabaya.

Selain itu terdapat beberapa instansi/ dinas yang berhubungan dengan industri kreatif. yaitu: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Komunikasi dan Informatika, Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Dinas perindustrian dan Perdagangan.

## **2. Permasalahan Ekonomi Kreatif di Surabaya**

Sejumlah kendala yang dihadapi industri kreatif di Jatim. Antara lain, skema pembiayaan, efisiensi industri, pemasaran, promosi, maupun *packaging* yang dianggap kurang menarik. <https://www.jpnn.com/news/5-kendala-yang-mengadang-industri-kreatif>. Pelaku bisnis yang ada di Surabaya yang ingin untuk mengekspor produknya di pasar global memiliki sejumlah permasalahan salah satunya pada usia produk terutama pada industri kreatif sub sektor kuliner yang tidak bisa lama rata-rata hanya dapat bertahan selama 3 bulan, sedangkan minimal usia produk harus dapat bertahan selama 1 tahun.

### **BAB III**

## **EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT DENGAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF**

Kajian terhadap Peraturan Perundang-undangan dimaksudkan untuk mengetahui kondisi hukum atau Peraturan Perundang-undangan yang mengatur mengenai substansi atau materi yang akan diatur dalam Rancangan Peraturan Daerah Kota Surabaya tentang pengembangan ekonomi kreatif. Kajian ini dapat menggambarkan tingkat sinkronisasi Peraturan Perundang-undangan terkait untuk menghindari terjadinya tumpang tindih Peraturan.

Secara substantif, materi peraturan perundang-undangan dalam naskah akademik ini yang berkaitan pengembangan ekonomi kreatif adalah sebagaimana dijelaskan sebagai berikut.

### **A. Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945**

#### **1. Pasal 18**

##### **Ayat (6)**

Pemerintahan Daerah berhak menetapkan Peraturan Daerah dan Peraturan-Peraturan lainnya untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan.

#### **2. Pasal 22 D**

##### **Ayat (1)**

Dewan Perwakilan Daerah dapat mengajukan kepada Dewan Perwakilan Rakyat rancangan undang-undang yang berkaitan dengan otonomi daerah, hubungan pusat dan daerah, pembentukan dan pemekaran serta penggabungan daerah, pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi lainnya, serta perimbangan keuangan pusat dan daerah, serta yang berkaitan dengan perimbangan keuangan pusat dan daerah.

##### **Ayat (2)**

Dewan Perwakilan Daerah ikut membahas rancangan undang-undang yang berkaitan dengan otonomi daerah; hubungan pusat dan daerah; pembentukan, pemekaran, dan penggabungan daerah; pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi lainnya, serta perimbangan keuangan pusat dan daerah; serta memberikan pertimbangan kepada

Dewan Perwakilan Rakyat atas rancangan undang-undang yang berkaitan dengan pajak, pendidikan dan agama.

**Ayat (3)**

Dewan Perwakilan Daerah dapat melakukan pengawasan atas pelaksanaan undang-undang mengenai : otonomi daerah, pembentukan, pemekaran dan penggabungan daerah, hubungan pusat dan daerah, pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi lainnya, pelaksanaan anggaran pendapatan dan belanja negara, pajak, pendidikan, dan agama serta menyampaikan hasil pengawasannya itu kepada Dewan Perwakilan Rakyat sebagai bahan pertimbangan untuk ditindaklanjuti.

**3. Pasal 33**

**Ayat (1)**

Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.

**Ayat (4)**

Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

**B. Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Adanya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berbasis kreatifitas cukup potensial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Negara Indonesia. UMKM berbasis ekonomi kreatif harus senantiasa menjaga mutu serta meningkatkan kreatifitas dan inovasinya dalam menghasilkan karya-karya baru. Terdapat beberapa factor penghambat pertumbuhan UMKM berbasis kreatifitas di Indonesia, salah satu factor yang sangat dominan adalah faktor kualitas Sumber Daya Manusianya.

Pada dasarnya sebagian besar UMKM yang terdapat di Negara kita adalah tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan kualitas Sumber Daya Manusia baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan

keterbatasan kualitas Sumber Daya Manusianya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya. Disinilah peran pemerintah sangat diperlukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Secara yuridis ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 19 huruf c UU No. 20 Tahun 2008 yang menyebutkan bahwa “Pengembangan dalam bidang sumber daya manusia dilakukan dengan cara membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru”.

### **C. Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata**

#### **1. Pasal 3**

Kepariwisata berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

#### **2. Pasal 4**

Kepariwisata bertujuan untuk:

- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- c. menghapus kemiskinan;
- d. mengatasi pengangguran;
- e. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. memajukan kebudayaan;
- g. mengangkat citra bangsa;
- h. memupuk rasa cinta tanah air;
- i. memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- j. mempererat persahabatan antarbangsa.

Berdasarkan beberapa ketentuan tersebut diatas pada dasarnya pariwisata dan ekonomi kreatif saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Kegiatan wisata dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor, yaitu : pertama, terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, kedua terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah tujuan wisata, dan yang ketiga terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah tujuan wisata. Dari

komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui komponen *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas suatu daerah tujuan wisata.

Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui pariwisata, maka kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya. Untuk mewujudkan hal tersebut diatas peran individu dan pengusaha pengusaha industry kreatif merupakan peran utama dalam komponen *something to buy*.

#### **D. Undang-Undang No. 3 tahun 2014 tentang Perindustrian**

Perlindungan industri kreatif secara eksplisit sudah diatur didalam UU No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, yaitu ;

##### **1. Pasal 15**

Pembangunan sumber daya Industri meliputi pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi

##### **2. Pasal 43**

###### **Ayat (1)**

Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi masyarakat dalam pembangunan Industri.

###### **Ayat (2)**

Pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi masyarakat dilakukan dengan memberdayakan budaya Industri dan/atau kearifan lokal yang tumbuh di Masyarakat

###### **Ayat (3)**

Dalam rangka pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi masyarakat, Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan:

- a. penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat dalam berkreaitivitas dan berinovasi;
- b. pengembangan sentra Industri kreatif;
- c. pelatihan teknologi dan desain;
- d. konsultasi, bimbingan, advokasi, dan fasilitasi perlindungan Hak Kekayaan Intelektual khususnya bagi Industri kecil; dan

- e. fasilitasi promosi dan pemasaran produk Industri kreatif di dalam dan luar negeri.

Pada dasarnya penyelenggaraan kegiatan Industri dilaksanakan berdasarkan asas kepentingan nasional; demokrasi ekonomi; kepastian berusaha; pemerataan persebaran; persaingan usaha yang sehat; dan keterkaitan Industri. Adapun tujuan penyelenggaraan perindustrian adalah mewujudkan Industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional; mewujudkan kedalaman dan kekuatan struktur Industri; mewujudkan Industri yang mandiri, berdaya saing, dan maju, serta Industri Hijau; mewujudkan kepastian berusaha, persaingan yang sehat, serta mencegah pemusatan atau penguasaan Industri oleh satu kelompok atau perseorangan yang merugikan masyarakat; membuka kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja; mewujudkan pemerataan pembangunan Industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkukuh ketahanan nasional; dan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Agar tujuan penyelenggaraan perindustrian sebagaimana dimaksud dapat tercapai sesuai yang diharapkan, tentu harus didukung dengan pembangunan sumber daya Industri yang meliputi pembangunan sumber daya manusia; pemanfaatan sumber daya alam; pengembangan dan pemanfaatan Teknologi Industri; pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi; dan penyediaan sumber pembiayaan.

### **E. Undang-Undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan**

Pengaturan tentang ekonomi kreatif sudah banyak diatur di beberapa peraturan perundang undangan yang berlaku pada saat ini. Salah satu ketentuan tentang ekonomi kreatif terdapat di Pasal 3 huruf i Undang Undang No. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, yang berbunyi “Pengaturan kegiatan Perdagangan bertujuan untuk meningkatkan Perdagangan produk berbasis ekonomi kreatif”. Berdasarkan ketentuan tersebut bahwa salah satu alasan pemerintah mengeluarkan UU No. 7 Tahun 2014 ini adalah dalam rangka untuk meningkatkan perdagangan produk yang berbasis kreatifitas. Pemerintah menyadari bahwa era persaingan pasar bebas tidak dapat dihindari oleh semua pelaku usaha. Salah satu cara untuk bertahan dalam

persaingan tersebut adalah dengan membuat produk produk yang inovatif dan kreatif.

#### **F. Undang-Undang No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah**

Menjelaskan bahwa kewenangan Daerah Kabupaten/Kota adalah :

1. Sub urusan pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan hak kekayaan intelektual adalah penyediaan prasarana (zona kreatif/ruang kreatif/kota kreatif) sebagai ruang berekspresi, berpromosi dan berinteraksi bagi usaha kreatif.
2. Sub urusan pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif adalah pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar.

#### **G. Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif**

Deputi Badan Ekonomi Kreatif dalam melaksanakan tugasnya menyelenggarakan beberapa fungsi a) perumusan, penetapan, dan pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif; b) koordinasi, sinkronisasi perencanaan, pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif; c) pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif; d) pemberian bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan kebijakan dan program riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif; e) pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan kepada semua pemangku kepentingan dalam riset, edukasi dan pengembangan ekonomi kreatif; dan f) pelaksanaan fungsi lain yang ditugaskan Kepala sebagaimana yang tercantum pada pasal 13, pasal 16, pasal 19, pasal 22, pasal 25, dan pasal 28 Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015

#### **H. Peraturan Presiden No. 107 Tahun 2015 tentang Izin Usaha Industri**

##### **1. Pasal 2**

##### **Ayat (1)**

Setiap kegiatan usaha Industri wajib memiliki Izin Usaha Industri.

##### **Ayat (2)**

Kegiatan usaha Industri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kegiatan mengolah Bahan Baku dan/atau memanfaatkan sumber daya Industri untuk:

- a. menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi; dan/ atau
- b. menyediakan Jasa Industri.

**Ayat (3)**

Kegiatan usaha Industri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Industri kecil;
- b. Industri menengah; dan
- c. Industri besar.

**Ayat (4)**

Industri kecil, Industri menengah, dan Industri besar sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditetapkan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan/atau nilai investasi.

## **BAB IV**

### **LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS DAN YURIDIS**

#### **A. Landasan Filosofis**

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas. Ekonomi kreatif mengandalkan ide dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kreatif dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan karena ide dan kreativitas adalah sumber daya yang senantiasa dapat diperbaharui. Makna kreativitas dapat dilihat sebagai kapasitas atau daya upaya untuk menghasilkan sesuatu yang unik dalam menciptakan solusi dari suatu masalah.

Kreativitas merupakan faktor pendorong munculnya inovasi dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada. Kreativitas tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi dapat juga meningkatkan nilai tambah. Kreativitas dapat berasal dari budaya (Markusen, 2008). Prinsip dasar yang melandasi pengembangan ekonomi kreatif yakni industri kultural (*cultural industries*) dan industri kreatif (*creative industries*). Pengembangan ekonomi kreatif ini tidak bisa dilepaskan dari nilai-nilai kreatifitas.

Pancasila merupakan dasar dari semua urusan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kemasyarakatan dan menjadi pedoman, penuntun sikap dan tingkah laku dalam melaksanakan urusan-urusan tersebut. Dalam alinea kedua Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945 juga mengamanatkan negara mempunyai tanggung jawab untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan memajukan kesejahteraan umum dalam rangka mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Landasan filosofis menggambarkan bahwa Rancangan Peraturan Daerah mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Surabaya merupakan upaya dalam mewujudkan kesejahteraan yang sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia dengan mempertimbangkan pandangan hidup, kesadaran, dan cinta hukum yang meliputi suasana kebatinan serta falsafah bangsa Indonesia yang bersumber dari Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan perwujudan pembangunan perekonomian nasional yang berlandaskan Pancasila merupakan konstruksi pikir (ide) yang mengarahkan hukum kepada apa yang dicita-citakan. Pancasila berfungsi sebagai pilar dasar terwujudnya cita-cita sebuah masyarakat. Peradaban Indonesia dengan segala bentuk ragam dan corak yang menawarkan sesuatu yang berbeda dengan budaya negara-negara lain merupakan nilai luhur yang harus mendapat pengakuan, penghargaan dan perlindungan hukum. Nilai luhur ini merupakan dasar terbentuknya kreatifitas yang juga merupakan modal dasar terbentuknya ekonomi kreatif. Pancasila selaku sumber dari segala sumber hukum dan jiwa bangsa memuat nilai-nilai dasar dalam rangka pengakuan hak-hak masyarakat dalam mengembangkan industri kreatif.

Berdasarkan fakta bahwa kegiatan ekonomi kreatif di Surabaya memiliki peran penting dan strategis dalam menopang ketahanan ekonomi masyarakat, mewujudkan pertumbuhan ekonomi dan sebagai wahana pencipta lapangan kerja.

Hal tersebut diatas sejalan dengan nilai-nilai umum pengembangan ekonomi kreatif terhadap peningkatan perekonomian sehingga kualitas hidup, keadilan, harkat dan martabat masyarakat Kota Surabaya turut serta mengalami peningkatan. Namun demikian ekonomi kreatif di Surabaya belum maksimal dalam memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat, karena itu Pemerintah Kota Surabaya harus selalu memperhatikan pengembangan ekonomi kreatif di Surabaya. Disisi lain kegiatan ekonomi kreatif ini sudah berjalan, akan tetapi masih belum ada peraturan yang dapat menaungi para pelaku industri kreatif di Surabaya.

Berkaitan dengan mewujudkan kehidupan yang layak dan bermartabat, serta untuk memenuhi hak atas kebutuhan dasar warga negara demi tercapainya kesejahteraan sosial, Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan melalui kebijakan-kebijakannya berkewajiban mengatur mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Surabaya secara terencana, terarah, dan berkelanjutan.

Pemerintah harus mendorong peran seluruh pelaku usaha yang berbasis Ekonomi Kreatif dan sektor dunia usaha yang lain secara bersama-sama dalam kegiatannya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Pengembangan Ekonomi Kreatif yang berupaya menjaga

keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional. Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional.

## **B. Landasan Sosiologis**

Peraturan perundang-undangan dikatakan mempunyai landasan atau dasar sosiologis (*sociologische groundslag*) apabila ketentuan-ketentuannya sesuai dengan keyakinan umum atau kesadaran hukum masyarakat. Kondisi dan kenyataan ini dapat berupa kebutuhan atau tuntutan yang dihadapi oleh masyarakat, kecenderungan dan harapan masyarakat. Dengan memperhatikan kondisi semacam ini peraturan perundang-undangan diharapkan dapat diterima oleh masyarakat dan mempunyai daya laku secara efektif.

Landasan Sosiologis merupakan pertimbangan atau alasan yang menggambarkan, bahwa peraturan yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek. Secara Sosiologis masyarakat Surabaya adalah masyarakat perkotaan yang hidup dan bergerak disektor industri, perdagangan, dan jasa, walaupun masih ada yang bergerak disektor agraris. Untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Surabaya, pemerintah dapat membuat kebijakan dengan tidak hanya mengandalkan bidang industri sebagai sumber ekonomi tetapi juga mengandalkan Sumber Daya Manusia yang kreatif.

Era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas yang populer dengan sebutan Industri Kreatif atau Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang bersangkutan di bidangnya. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa tidak lagi hanya ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju.

Industri kreatif sendiri merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pada perkembangan era di bidang teknologi dan informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru maupun globalisasi ekonomi, telah membawa peradaban baru bagi masyarakat Kota Surabaya.

Pertumbuhan industri kreatif di Surabaya saat ini semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pertumbuhan industri kreatif diperkirakan terus meningkat hingga beberapa kali lipat pada tahun-tahun yang akan datang. Kondisi ini dapat kita lihat dari pertumbuhan industri kreatif yang semakin hari semakin aktif, sehingga penyerapan tenaga kerja serta kapasitas daya cipta di Surabaya mulai menunjukkan peningkatan dan memberikan dampak yang cukup positif bagi perkembangan ekonomi di Kota Surabaya.

Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. Pengembangan Ekonomi Kreatif diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan ekonomi nasional yang melibatkan semua unsur masyarakat untuk mewujudkan kemakmuran rakyat. Secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri. Prinsip Pengembangan Ekonomi Kreatif yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan, pelestarian dan pemeliharaan lingkungan hidup.

### **C. Landasan Yuridis**

Landasan Yuridis merupakan pertimbangan bahwa peraturan yang dibentuk untuk mengatasi permasalahan hukum atau mengisi kekosongan hukum dengan mempertimbangkan aturan yang telah ada. landasan yuridis menyangkut persoalan hukum yang berkaitan dengan substansi atau materi yang diatur sehingga perlu dibentuk Peraturan Perundang-undangan yang baru. Dan landasan yuridis akan digunakan sebagai diatas hukum dalam Peraturan Perundang-undangan yang akan dibentuk / disusun.

Menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, khususnya Pasal 7 ayat (l) dinyatakan jenis dan hierarki peraturan perundang-undangan di Indonesia terdiri atas:

1. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat;
2. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

3. Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang;
4. Peraturan Pemerintah;
5. Peraturan Presiden;
6. Peraturan Daerah Provinsi;
7. Peraturan daerah Kabupaten/Kota.

Berdasarkan analisis substansi muatan Perundang-Undangan terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif meliputi:

1. Perancangan Peraturan Perundang-Undangan dan penyelenggaraan perekonomian nasional (UUD 1945)
2. Politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi (TAP MRP no XVI/MPR/1998)
3. Perbankan akan menunjang pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat (UU No. 10 Tahun 1998)
4. Hal-hal terkait rahasia dagang (UU No. 30 Tahun 2000)
5. Hak-hak eksklusif pemegang disain industri (UU No. 31 Tahun 2000)
6. UMKM bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (UU No. 20 tahun 2008)
7. Perlunya meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat di sektor pariwisata yang terkait dengan ekonomi kreatif (UU No. 10 tahun 2009)
8. Perlindungan terhadap industri kreatif (UU No. 3 tahun 2014)
9. Pengaturan tentang perdagangan ekonomi kreatif (UU No. 7 tahun 2014)
10. Kewenangan Pemerintah Daerah (UU No. 23 tahun 2014)
11. Setiap pemegang hak cipta memiliki hak ekonomi dan perlindungan (UU No. 28 tahun 2014)
12. Inovasi baru yang mengandung langkah inventif dan diterapkan dalam industri memiliki hak paten dan perlindungannya (UU No. 13 tahun 2016)
13. Penyelenggaraan fungsi Deputi Badan Ekonomi Kreatif dalam melaksanakan tugas (Perpres No. 6 Tahun 2015)
14. Kewajiban memiliki Izin Usaha Industri bagi pelaku usaha (Perpres No. 107 Tahun 2015)

Sehubungan dengan paparan tersebut di atas dan dengan memperhatikan hasil kajian/analisis Peraturan Perundang-undangan yang

berlaku, maka landasan yuridis yang digunakan sebagai dasar hukum dalam penyusunan Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif antara lain:

1. Undang-Undang Dasar 1945
2. TAP MRP no XVI/MPR/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi
3. Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan
4. Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang
5. Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Disain Industri
6. Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
7. Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
8. Undang-Undang No. 3 tahun 2014 tentang Perindustrian
9. Undang-Undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan
10. Undang-Undang No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah
11. Undang-Undang No. 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta
12. Undang-Undang No. 13 tahun 2016 tentang Paten
13. Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif
14. Peraturan Presiden No. 107 Tahun 2015 tentang Izin Usaha Industri

## **BAB V**

### **JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN**

Tujuan utama dari dikembangkannya Ekonomi Kreatif yakni untuk mengakui, menghargai dan mengembangkan budaya dari perbedaan kondisi ekonomi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan riil dari suatu masyarakat dan lingkungan disekitarnya yang bertujuan untuk meningkatkan kondisi ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

Pengembangan ekonomi kreatif tersebut didasarkan pada pengembangan akan potensi sumber daya manusia untuk mencapai kondisi ekonomi yang ideal dengan tetap memperhatikan nilai-nilai sosial, kemajuan budaya dan keberlanjutan lingkungan. Perbedaan kondisi ekonomi maupun perbedaan budaya yang dimiliki oleh komunitas sosial tertentu bukanlah menunjukkan bahwa suatu komunitas tersebut memiliki eksklusifitas dibandingkan dengan komunitas lainnya. Namun perbedaan ini harus dimaknai sebagai nilai positif dalam rangka menciptakan usaha-usaha kreatif yang mampu menciptakan produk-produk baru yang bernilai ekonomis.

#### **A. Jangkauan dan Arah Pengaturan**

##### **1. Sasaran yang akan diwujudkan**

Tujuan pengembangan ekonomi kreatif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan dunia usaha, meningkatkan produktivitas, daya saing dan pangsa pasar dari Industri Kreatif, menumbuhkan jiwa kreativitas dengan orientasi peningkatan nilai ekonomi, meningkatkan akses terhadap sumber daya produktif pada jenis dan sektor kegiatan ekonomi kreatif. Ekonomi Kreatif dilaksanakan dengan berdasarkan pada prinsip kekeluargaan, manfaat, demokrasi ekonomi, kebersamaan, keadilan, berwawasan lingkungan, kemandirian dan kepastian hukum.

Pengembangan ekonomi kreatif ditujukan untuk meningkatkan kualitas kelembagaan Industri Kreatif sehingga memiliki peran yang tinggi dalam peningkatan ekonomi Pelaku Usaha Kreatif dan masyarakat disekitarnya. Pembinaan kelembagaan antara lain dilakukan melalui penyuluhan tentang bentuk badan usaha, bimbingan

teknis manajemen dan pengelolaan administrasi usaha. Disamping itu pembinaan usaha dapat meningkatkan kemampuan Industri Kreatif dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, sehingga kelangsungan hidup para Pelaku Usaha Kreatif dapat dipelihara dan ditingkatkan. Pengembangan ekonomi kreatif dalam bidang sumber daya manusia dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, penyuluhan, tentang motivasi dan kreatifitas usaha, dan penciptaan wirausaha baru.

Perlindungan ekonomi kreatif ditujukan untuk memberikan perlindungan usaha kepada Industri Kreatif atas hak-hak yang dimilikinya guna terjaminnya kelangsungan hidup Industri Kreatif. Bantuan hukum yang diberikan dapat berupa konsultasi mengenai aspek-aspek hukum hak kekayaan intelektual, pendaftaran hak kekayaan intelektual yang dihasilkan dari usaha kreatif dan perlindungan hak kekayaan intelektual yang dihasilkan dari usaha kreatif dari pelanggaran yang dapat merugikan industri kreatif. Fasilitasi Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) bertujuan untuk meningkatkan status Hak Kekayaan Intelektual yang dimiliki oleh Industri Kreatif. Fasilitasi HKI dilakukan melalui sosialisasi HKI dan bimbingan teknis tentang tatacara dan syarat untuk memperoleh HKI.

Kemitraan ditujukan untuk mewujudkan kemitraan antar usaha Ekonomi Kreatif, mewujudkan kemitraan antara usaha Ekonomi Kreatif, mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar usaha Ekonomi Kreatif, mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antara usaha Ekonomi Kreatif, mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar usaha Ekonomi Kreatif, mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen serta mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan usaha Ekonomi Kreatif.

Perizinan Usaha memiliki tujuan untuk mengatur, mengawasi dan mendata Industri Kreatif yang ada disuatu wilayah sehingga program-program Pengembangan Ekonomi Kreatif yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, monitoring dan evaluasi dapat dilaksanakan

secara efektif. Perizinan usaha ditujukan untuk menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan yang mudah diakses oleh pelaku usaha Ekonomi Kreatif dan membebaskan biaya atau memberi keringanan perizinan bagi Usaha Ekonomi Kreatif.

Pendanaan ditujukan untuk peningkatan kemampuan Industri Kreatif dalam mengakses sumber pembiayaan dan permodalan. Fasilitas pembiayaan dan permodalan antara lain dengan memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi Usaha Ekonomi Kreatif, untuk dapat mengakses kredit perbankan dan lembaga keuangan selain bank, memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringannya, memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah, dan tidak diskriminatif dalam pelayanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan membantu para pelaku Usaha Ekonomi Kreatif untuk mendapatkan pembiayaan dan jasa/produk keuangan lainnya yang disediakan oleh perbankan dan lembaga keuangan bukan bank.

## **2. Jangkauan dan arah Pengaturan**

Jangkauan dan arah pengaturan dalam Peraturan Daerah ini, adalah kegiatan usaha yang bergerak di salah satu/ lebih Sektor Ekonomi Kreatif, meliputi periklanan (*advertising*), Arsitektur, Pasar Barang Seni, Kerajinan (*craft*), Desain (*design*), Mode (*Fashion*), Video, Film dan Fotografi, Permainan Interaktif (*game*), Musik (*music*), Seni Pertunjukan (*showbiz*), Penerbitan dan Percetakan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*), Televisi & Radio (*broadcasting*), Riset dan Pengembangan (R&D), Kuliner dan Herbal.

Jenis Kegiatan Ekonomi Kreatif terdiri dari Ekonomi Kreatif berbasis warisan budaya, seni, media dan kreasi fungsional. Pengaturan tentang Ekonomi Kreatif meliputi sumber daya manusia terpadu Ekonomi Kreatif, infrastruktur terpadu Ekonomi Kreatif, bentuk-bentuk pengembangan Ekonomi Kreatif, promosi Ekonomi Kreatif, investasi Ekonomi Kreatif; dan kelembagaan Ekonomi Kreatif. Pelaksanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif dilakukan oleh Pemerintah Daerah, Lembaga Pendidikan, Masyarakat dan Dunia Usaha.

Adapun Pengembangan Ekonomi Kreatif yang dapat dilakukan melalui sumber daya manusia terpadu, infrastruktur terpadu, perlindungan ekonomi kreatif dan kemitraan usaha.

## **B. Ruang Lingkup Materi Muatan**

Kerangka Rancangan Peraturan Daerah Kota Surabaya tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Surabaya terdiri atas :

1. JUDUL
2. PEMBUKAAN
  - a. Frasa Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa.
  - b. Jabatan Pembentuk Peraturan Daerah.
  - c. Konsideran.
  - d. Dasar Hukum.
  - e. Diktum.
3. BATANG TUBUH
  - a. Ketentuan Umum.
  - b. Materi Pokok yang Diatur.
    - 1) Sumber daya manusia terpadu
    - 2) Pengembangan usaha
    - 3) Kewirausahaan
    - 4) Promosi
    - 5) Pembiayaan
    - 6) Pembinaan
4. SANKSI ADMINISTRASI
5. KETENTUAN PERALIHAN
6. PENUTUP
  - a. Rumusan tempat dan tanggal penetapan Peraturan Daerah.
  - b. Pejabat yang menetapkan Peraturan Daerah.
  - c. Rumusan tempat dan tanggal diundangkannya Peraturan Daerah.
7. PENJELASAN
  - a. Penjelasan Umum.
  - b. Penjelasan Pasal demi Pasal.

Sesuai dengan ulasan tersebut diatas, maka Rancangan Peraturan Daerah tentang Pemberdayaan Usaha Mikro adalah sebagai berikut.

JUDUL

PEMBUKAAN

BAB I KETENTUAN UMUM

BAB II PRINSIP DAN TUJUAN

BAB III RUANG LINGKUP

BAB IV SUMBERDAYA MANUSIA TERPADU

BAB V PENGEMBANGAN USAHA

BAB VI KEWIRAUSAHAAN

BAB VII PROMOSI

BAB VIII PEMBIAYAAN

BAB IX PEMBINAAN

BAB X SANKSI ADMINISTRASI

BAB XI KETENTUAN PERALIHAN

BAB XII KETENTUAN PENUTUP

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan kajian yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa belum adanya peraturan yang mengatur ekonomi kreatif yang mana merupakan urusan pemerintahan konkuren yang diserahkan kepada Daerah Kabupaten/Kota. Dalam rangka penyelenggaraan urusan tersebut, DPRD Kota Surabaya berinisiatif membentuk Perda tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.
2. Pertimbangan atau landasan pembentukan Perda ini adalah :
  - a. Landasan Filosofi adalah cita-cita bangsa Indonesia yang tertuang dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-undang 1945.
  - b. Landasan Sosiologis adalah kondisi dan permasalahan masyarakat Surabaya sebagai masyarakat perkotaan yang saat ini berkembang sebagai Kota perdagangan, industri dan jasa.
  - c. Landasan Yuridis adalah Peraturan Perundang-undangan yang terkait dengan ekonomi kreatif.
3. Ekonomi Kreatif dilaksanakan dengan berdasarkan pada prinsip kekeluargaan, manfaat, demokrasi ekonomi, kebersamaan, keadilan, berwawasan lingkungan, kemandirian dan kepastian hukum. Jangkauan dan arah pengaturan dalam Peraturan Daerah ini, adalah kegiatan usaha yang bergerak di salah satu/ lebih Sektor Ekonomi Kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif meliputi sumber daya manusia terpadu, infrastruktur terpadu, perlindungan ekonomi kreatif dan kemitraan usaha.

#### **B. Saran**

1. Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif ini masih memerlukan masukan berbagai pihak lainnya. Untuk itu, sebelum diadakan pembahasan maka perlu diadakan temu konsultasi atau dengar pendapat dengan pihak – pihak terkait.

2. Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif sebelum disahkan dan diundangkan menjadi Peraturan Daerah perlu diadakan sosialisasi atau konsultasi publik.
3. Setelah Rancangan Peraturan Daerah tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif disahkan dan diundangkan maka harus ditindaklanjuti dengan pembentukan peraturan pelaksana dalam bentuk Peraturan Walikota dan/atau ketentuan pelaksanaan lainnya, diharapkan paling lambat 6 (enam) bulan setelah disahkan dan diundangkannya Peraturan Daerah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, *Surabaya Dalam Angka*, Tahun 2014, Tahun 2015 dan Tahun 2016.
- Arsyad, HM. Sanusi, 2009, “ *Relasi Antara Korupsi Dan Kekuasaan* “, Jurnal Konstitusi, Vol. 6 No.2.
- Davey, KJ, 1988, *Pembiayaan Pemerintah Daerah , Praktik – praktik Internasional dan Relevansinya bagi Dunia ketiga*, Penerjemah Amanulloh dkk, Jakarta, UI – Press.
- Dunn, William N., 1988, *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*, Edisi kedua, Penerjemah Samudra Wibawa dkk, Yogyakarta Gadjah Mada University Press.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015.
- Harahap, Fitri Ramadhani, 2013, “*Dampak Urbanisasi Bagi Perkembangan Kota di Indonesia*”, Jurnal Society Vol.I, No.I.
- Howkins, John. 2001. *The Creative Economy*. UK : The Penguin Press.
- <http://radarsurabaya.iawapos.com/read/2016/10/10/3907/perusahaan-di-surabaya-30-persen-harus-tenaga-lokal>)
- <http://surabaya.bisnis.com/read/20161011/91852/legislator-kota-surabaya-usulkan-raperda-perlindungan-tenaga-kerja>)
- [http://www.kompasiana.com/ely/problematika-urbanisasi-bagi-kota-metropolitan-surabaya\\_5666904e7097735510e38551/2015](http://www.kompasiana.com/ely/problematika-urbanisasi-bagi-kota-metropolitan-surabaya_5666904e7097735510e38551/2015)).
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif
- Jones, Charles O., 1996, *Pengantar Kebijakan Publik ( Public Policy )*, Editor Nasir Budiman, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Keraf, Sonny, 1998, *Etika Bisnis : Tuntunan Dan Relevansinya*, Yogyakarta, Kanisius.
- Ketetapan MRP no XVI/MPR/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi
- Koran Jawa Post, Sabtu, 20 Mei 2017, hal 30, “*Pencaker Wajib Punya Kartu Kuning*”.
- LAN-RI, 2002, *Pedoman Teknis Kajian Manajemen Strategik*, Pusat Diklat Spimnas Bidang Kepemimpinan, Program Diklat Tingkat II Jakarta.
- Nugroho, Riant, 2013, *Metode Penelitian Kebijakan*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Parsons, Wayne, 2005, *Public Policy : Pengantar Teori Dan Praktik Analisis Kebijakan*, Jakarta, Prenada Media.

Peraturan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2017 Tentang Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2015 – 2019

Peraturan Presiden No. 107 Tahun 2015 tentang Izin Usaha Industri

Peraturan Presiden No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif

Poerwadarminta, W.J.S, 1991, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka.

Prasetyo, Bagus, “Menilik Kesiapan Dunia Ketenagakerjaan Indonesia Menghadapi MEA”, *Jurnal Rechts Vinding*, Media Pembinaan Hukum Nasional.

Rahardjo, 1983, *Perkembangan Kota dan Permasalahannya*, Jakarta, Bina Aksara.

Rahman, M. Ari Sabilah, 2015, “ *Daya Saing Tenaga Kerja Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*”, *Ejournal Ilmu Hubungan Internasional*, Fisip-Unmul. 3(1) – 117 – 130.

Rasyid, M. Riyaas, 2000, *Makna Pemerintahan : Tinjauan Dari Segi Etika dan Kepemimpinan*, Jakarta, Mutiara Sumber Wedya.

Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surabaya 2014-2015

Salusu, 2000, *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Non Profit*, Jakarta, Grasindo.

Sastrohadiwiryono, 2005, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia, Pendekatan Administrasi*, Jakarta, Bumi Aksara.

Soetomo, 2011, *Pemberdayaan Masyarakat: Mungkinkah Muncul Antitesis?*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Sumodiningrat, Gunawan, 1996, *Pembangunan Daerah Dan Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta, Rena Pariwara.

Suriasumantri, Jujun S., 2006, *Ilmu Dalam Perspektif : Sebuah Kumpulan Karangan Tentang Hakikat Ilmu*, Jakarta, Obor Indonesia.

Sutardji, 2013, *Pengantar Mengenal Penelitian Kebijakan*, Makalah disampaikan pada Lokakarya Pengembangan Kapasitas Penelitian Unggulan di Universitas Gresik.

Tambunan, 2001. *Perekonomian Indonesia : Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan

Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata

Undang-Undang No. 13 tahun 2016 tentang Paten

Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Undang-Undang No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

Undang-Undang No. 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Undang-Undang No. 3 tahun 2014 tentang Perindustrian

Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Disain Industri

Undang-Undang No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan

USAID & LGSP, 2007, *Legal Drafting : Penyusunan Peraturan Daerah*, Buku Pegangan Untuk DPRD, Jakarta LGPS.

Wirutomo, Paulus, 2015, *Sistem Sosial Indonesia*, Jakarta, UI Pers.