

Prioritas Pengembangan Industri Kreatif Melalui Pendekatan *Location Quotient* dan *Location Modeling*

Lailatul Badriyah¹, dan Lukmandono²
Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya^{1,2}
e-mail: lailatulbadriyah996@gmail.com¹, dan lukmandono@itats.ac.id²

ABSTRACT

A creative industry relies on abilities, skills, and creativity, which become the basic parts of every individual. Creativity, expertise, and ability are the main elements of this creative industry, which has the potential to increase welfare by offering intellectual creations. Based on the GDP contribution of the creative industry sector, Indonesia occupies 30th place out of 42 countries. Considering the position of its contribution, Indonesia needs the expansion of the creative industry because only a small part of the Indonesian people pay attention to making the creative industry sector support the regional economy. After employing the LQ (Location Quotient) method for classification, the results showed that there were 7 (seven) sub-sectors with low potential, 2 (two) sub-sectors with medium potential, and 7 (seven) sub-sectors with high potential. This mapping was done by changing the location modeling based on four (4) criteria: ease of consumer access; ease of access to creative industries; the influence of education; and the influence of the tourism sector. Meanwhile, the regional mapping found 13 (thirteen) sub-districts with high isoincome, 9 (nine) sub-districts with moderate isoincome, and 9 (nine) sub-districts with low isoincome. The results of both identifications would then be applied to the development of the creative industry sector. To determine priorities, this development integrates both results based on the prioritized high or medium creative industry sub-sectors with the potential areas with low isoincome. The study's findings have the potential to transform low-income areas into medium- or high-income areas.

Kata kunci: *Location Quotient, Location Modeling, Isoincome Region, Creative Cluster*

ABSTRAK

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan kemampuan, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan bagian dasar setiap individu. Unsur utama dari industri kreatif ini adalah kreativitas, keahlian, dan kemampuan yang berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Indonesia menempati peringkat 30 dari 42 negara, berdasarkan kontribusi PDB sektor industri kreatif. Berdasarkan posisi kontribusinya, Indonesia membutuhkan perluasan industri kreatif. Hal ini terjadi karena hanya sebagian kecil masyarakat Indonesia yang memberikan pertimbangan sektor industri kreatif untuk menjadikannya sebagai penopang perekonomian daerah. Metode LQ (Location Quotient) digunakan untuk klasifikasi, dan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat 7 (tujuh) subsektor dengan potensi rendah, 2 (dua) subsektor dengan potensi sedang, dan 7 (tujuh) subsektor dengan potensi tinggi. Pemetaan ini dilakukan dengan mengubah pemodelan lokasi (location modeling) berdasarkan 4 (empat) kriteria: kemudahan akses konsumen, kemudahan akses ke industri kreatif, pengaruh pendidikan, dan pengaruh sektor pariwisata. Berdasarkan pemetaan wilayah ini, terdapat 13 (tiga belas) kecamatan dengan isoincome tinggi, 9 (sembilan) kecamatan dengan isoincome sedang, dan 9 (sembilan) kecamatan dengan isoincome rendah. Hasil kedua identifikasi akan diterapkan pada pengembangan sektor industri kreatif. Untuk menentukan prioritas pengembangan, pengembangan ini mengintegrasikan kedua hasil berdasarkan subsektor industri kreatif berpotensi tinggi atau menengah yang diprioritaskan, dengan potensi daerah yang berpenghasilan isoincome rendah. Hasil akhir penelitian ini adalah potensi daerah berpenghasilan rendah menjadi berpenghasilan sedang ataupun tinggi.

Kata kunci: *Location Quotient, Location Modeling, Isoincome Region, Creative Cluster*

PENDAHULUAN

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan kemampuan, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan bagian dasar setiap individu. Unsur utama dari industri kreatif ini adalah kreativitas, keahlian, dan kemampuan yang berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Industri kreatif dalam pengembangannya di lapangan membentuk industri-industri kreatif sesuai dengan sektornya [1]. Penelitian di Kota Surabaya akan menggunakan beberapa indikator dalam pengidentifikasinya, diantaranya: pendapatan per kapita daerah pada setiap subsektor, jumlah tenaga kerja, jumlah perusahaan atau bisnis, jumlah ekspor, jumlah investasi, jumlah pariwisata, jumlah wisatawan, jumlah penduduk yang berpendidikan, jumlah perguruan tinggi, jumlah transportasi, serta rata-

rata pengangguran. Suatu daerah akan dikatakan potensial ketika terdapat dua subsektor industri kreatif yang potensial [2]. Industri kreatif yang potensial diartikan sebagai industri kreatif yang memiliki kemampuan maupun kelebihan dalam meningkatkan pendapatan wilayah.

Pengklasifikasian pada subsektor industri kreatif menjadi subsektor industri kreatif potensial tinggi, sedang, dan tidak potensial akan dilakukan dengan metode *Location Quotient* (LQ). Metode ini digunakan untuk melihat industri kreatif secara spasial atau berdasarkan geografis serta ekonomi. Pengklasifikasian subsektor akan menggunakan indikator pendapatan perkapita. Setelah subsektor diklasifikasikan maka akan dilakukan pemetaan wilayah berdasarkan *isoincome*. Pemetaan ini akan menggunakan metode ekonometrika dengan memodifikasi model dari *location modeling* berdasarkan empat kriteria, yaitu akses industri kreatif antar wilayah, akses konsumen industri kreatif berdasarkan jumlah bisnis, pendapatan perkapita wilayah, serta pengaruh sektor wisata. Pemetaan industri kreatif akan menggunakan delapan data, yaitu pendapatan perkapita setiap wilayah, jumlah pariwisata, wisatawan, penduduk yang berpendidikan minimal SMA/SMK, sekolah SMA/SMK, transportasi, perusahaan/bisnis, serta rata-rata pengangguran.

Untuk mengembangkan industri kreatif berdasarkan dengan prioritasnya akan dilakukan pemetaan subsektor industri kreatif terhadap wilayah *isoincome*. Pemetaan untuk pengembangan industri kreatif ini dilakukan dengan menggunakan hasil dari klasifikasi subsektor industri kreatif dan pemetaan wilayah *isoincome*. Kedua hasil tersebut akan dipasangkan untuk mengetahui subsektor industri kreatif mana yang sesuai dengan wilayah yang memiliki pendapatan tinggi, sedang, maupun rendah. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menentukan prioritas pengembangan wilayah industri kreatif di Kota Surabaya berdasarkan hasil klasifikasi subsektor industri kreatif dengan hasil pemetaan wilayah *isoincome* di Kota Surabaya. Sehingga hasil dari penelitian ini pemerintah daerah dapat melakukan pengembangan berdasarkan prioritas pada subsektor industri kreatif di setiap wilayah *isoincome*. Pengembangan ini dilakukan agar pemerintah daerah dapat meningkatkan industri kreatif yang memiliki prioritas sehingga PDB wilayah menjadi maksimal.

TINJAUAN PUSTAKA

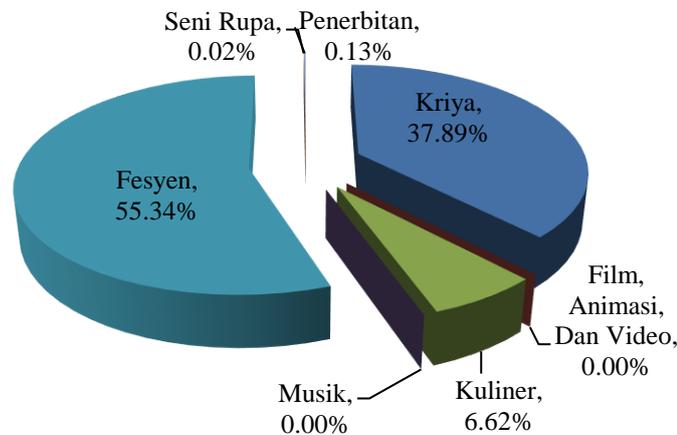
Industri Kreatif

Industri kreatif bangkit dari teori ekonomi kreatif. Alvin Toffler, seorang ahli ekonomi dan futurologi, menciptakan istilah “ekonomi kreatif” pada tahun 1980. Terdapat 4 (empat) gelombang ekonomi dalam perkembangan ekonomi dunia [3]. Pertama dimulai dengan peningkatan ekonomi yang dipengaruhi oleh kegiatan pertanian. Aktivitas industri berdampak pada gelombang kedua, teknologi informasi berdampak pada gelombang ketiga, dan ekonomi kreatif yang didominasi ide-ide orisinal berdampak pada gelombang keempat. Gelombang keempat menarik minat dari seluruh dunia. Menurut [4], ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada ide-ide inovatif. Akibatnya, seseorang hanya dapat mencapai tingkat keberhasilan ekonomi yang tinggi jika memiliki ide orisinal yang dipatenkan. Sejak *Department of Culture, Media, and Support* (DCMS) Inggris Raya mendirikan *Creative Industries Unit and Task Force*, ekonomi kreatif disebut sebagai industri kreatif. Industri kreatif adalah setiap kegiatan yang menghasilkan penciptaan sesuatu yang unik yang dapat dijual. Pemerintah Indonesia mendasarkan konsep industri kreatif di Indonesia pada kriteria ini.

Industri Kreatif Indonesia

Rata-rata kontribusi industri kreatif terhadap PDB adalah untuk sektor industri kreatif yang menyumbang sekitar 5,1% dari total PDB Indonesia dan menyerap 19,01 juta orang, menurut pemetaan industri kreatif Kementerian Perdagangan pada 2019. Selain itu, ekonomi kreatif sektor tersebut memberikan kontribusi nilai ekspor sebesar 22,07 miliar dolar pada tahun 2019. Hasil pengukuran data statistik menunjukkan bahwa kinerja sektor kreatif Indonesia meningkat pesat dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2018, PDRB industri kreatif sebesar Rp. 1,105 triliun, dengan nilai kontribusi sebesar Rp. 1,009 triliun terhadap PDB nasional. Menurut [5], sektor industri kreatif memiliki kontribusi yang cukup tinggi. Industri Kreatif Indonesia kini menempati posisi ke 3 (tiga) di dunia dalam kontribusinya kepada PDB Indonesia setelah Amerika dan Korea selatan. Indonesia menduduki posisi ke 3 oleh Rp. 1.100 triliun lebih kontribusi kepada PDB melalui terbukannya 20 juta lapangan pekerjaan. Subsektor yang sangat mempengaruhi kontribusi

PDB industri kreatif diantaranya fesyen, kuliner, dan kriya. Gambar 1. menunjukkan kontribusi masing-masing subsektor itu adalah 6.62% untuk kuliner, fesyen berkontribusi sebesar 55.34% dan kriya sebesar 37.89%. Tiga subsektor ini juga memiliki nilai ekspor terbesar yakni fesyen US\$11,9 miliar, kriya US\$8 miliar, dan kuliner US\$1,4 miliar.



Gambar 1. Pemetaan Sektor Industri Kreatif

Sumber: BPS Ekonomi Kreatif (2019)

METODE

Tahapan-tahapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Klasifikasi subsektor industri kreatif, tahapan ini dilakukan untuk mengklasifikasikan subsektor industri kreatif dengan metode LQ untuk mengetahui indikator yang berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Hasil dari pengklasifikasian ini adalah subsektor industri kreatif berpotensi tinggi, sedang, dan rendah [6].

$$LQ = \frac{I_i/I}{L_i/L} \quad (1)$$

dengan I_i merupakan Jumlah dari indikator di daerah; I merupakan Jumlah dari indikator di daerah; L_i merupakan Jumlah dari indikator secara nasional; dan L merupakan Jumlah seluruh indikator di nasional

- Pemetaan wilayah *isoincome*, dalam pemetaan wilayah akan diklasifikasikan berdasarkan pendapatan perkapita yang sama (*isoincome*) dengan *location modeling*. Metode ini dilakukan dengan menggunakan empat kriteria [7].

- Kemudahan akses industri kreatif

$$\alpha_i^x (\sum_j^k f(d_{ij})x_j + t_j)y_i \quad (2)$$

dengan α_i^x merupakan Akses antar industri kreatif x ke wilayah i ; $f(d_{ij})$ merupakan Jarak yang ditempuh dari wilayah i ke wilayah j ; x_j merupakan Jumlah bisnis industri kreatif di wilayah j ; t_j merupakan Jumlah moda transportasi di wilayah j ; serta y_i merupakan Penghasilan yang didapatkan oleh wilayah i (Pendapatan Perkapita/Jumlah Tenaga Kerja)

- Kemudahan konsumen industri kreatif

$$D_i y_i^r / x_i \quad (3)$$

dengan D_i merupakan *Demand* yang ada di wilayah i ; y_i merupakan Pendapatan per kapita di wilayah i ; dan x_i merupakan Jumlah bisnis industri kreatif di wilayah i

- Pengaruh jumlah perguruan tinggi, jumlah penduduk berpendidikan, serta rata-rata pengangguran

$$y_i u_i P_i / r_i \quad (4)$$

dengan y_i merupakan Pendapatan per kapita di wilayah i ; u_i merupakan Jumlah sekolah SMA/SMK di wilayah i ; P_i merupakan Jumlah penduduk di wilayah i yang minimal lulusan SMA/SMK; dan r_i merupakan Rata-rata pengangguran di wilayah i

4) Pengaruh jumlah objek wisata

$$P_i (o_i + w_i) c_i \quad (5)$$

dengan P_i merupakan Pendapatan sektor pariwisata di wilayah i ; o_i merupakan Jumlah objek wisata di wilayah i ; w_i merupakan Jumlah wisatawan yang berkunjung di wilayah i ; dan c_i merupakan Rata-rata biaya pariwisata

Seluruh kriteria akan digunakan dalam perhitungan *location modeling*. Persamaan *location modeling* adalah sebagai berikut:

$$lm_i \alpha_i^x - D_i + y_i + P_i \quad (6)$$

dengan lm_i merupakan *Location Modeling* di wilayah i ; α_i^x merupakan Akses antar industri kreatif x ke wilayah i ; D_i merupakan *Demand* yang ada di wilayah i ; y_i merupakan Pendapatan per kapita di wilayah i ; dan P_i merupakan Pendapatan sektor pariwisata di wilayah i .

Dimana semakin tingginya nilai *location modeling* menunjukkan wilayah tersebut memiliki pendapatan yang tinggi ataupun sebaliknya. Hasil ini menunjukkan estimasi ekonometrik mengenai keempat kriteria terhadap pendapatan wilayah di setiap kecamatan. Hasil pemodelan lokasi akan dipetakan berdasarkan nilai prediksi yang sama ke dalam tiga wilayah pendapatan *isoincome*: tinggi, sedang, dan rendah. Rentang pemetaan pendapatan daerah bersifat spesifik untuk setiap kategori. Bila pendapatan per kapita suatu daerah kurang dari Rp 500 miliar, maka daerah tersebut dipetakan memiliki pendapatan per kapita yang rendah. Jika pendapatan per kapita daerah melebihi Rp 1 triliun, itu dianggap tinggi. Ketika dianggap sedang pendapatan perkapita wilayah diantara Rp. 500 miliar dan Rp. 1 triliun [8].

c. Penentuan prioritas pengembangan industri kreatif

Pada tahap ini dilakukan penggabungan hasil dari wilayah *isoincome* serta hasil klasifikasi subpotensi dari subsektor industri kreatif.

$$\text{Data Aktual}_{i,j} = \text{Estimasi ekonometrika PDRB wilayah } isoincome_i + \text{Pendapatan Subsektor Industri Kreatif}_{i,j} - (\text{tenaga kerja}_{i,j} \times \text{pendapatan perkapita}) \quad (7)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengklasifikasian Subsektor Industri Kreatif

Pengklasifikasian subsektor industri kreatif dilakukan dengan menggunakan metode LQ, dan diperoleh hasil pada Tabel 1. dan Tabel 2. Serta hasil perhitungan LQ dapat dilihat pada Tabel 3. sebagai berikut:

Tabel 1. Data Industri Kreatif Kota Surabaya

No.	Surabaya	GDP
1.	App dan <i>Game</i>	Rp 1,911,060,218,554
2.	Arsitektur	Rp 2,240,553,359,684
3.	Desain Interior	Rp 1,252,073,936,294
4.	Desain Komunikasi Visual	Rp 3,558,525,924,204
5.	Desain Produk	Rp 2,570,046,500,814
6.	<i>Fashion</i>	Rp 57,265,907,928,389
7.	Film, Animasi dan Video	Rp 3,888,019,065,334
8.	Fotografi	Rp 2,042,857,475,006
9.	Kriya	Rp 52,587,105,324,343
10.	Kuliner	Rp 139,309,700,069,751
11.	Musik	Rp 11,927,651,708,905
12.	Penerbitan	Rp 329,493,141,130
13.	Periklanan	Rp 922,580,795,164
14.	Seni Pertunjukkan	Rp 395,391,769,356

15.	Seni Rupa	Rp	263,594,512,904
16.	Televisi dan Radio	Rp	2,965,438,270,170
Total		Rp	283,430,000,000,000

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM (2021)

Tabel 2. Data Industri Kreatif Jawa Timur

No.	Jawa Timur	GDP	
1.	App dan <i>Game</i>	Rp	42,769,956,000,000
2.	Arsitektur	Rp	53,807,364,000,000
3.	Desain Interior	Rp	3,679,136,000,000
4.	Desain Komunikasi Visual	Rp	13,336,868,000,000
5.	Desain Produk	Rp	5,748,650,000,000
6.	<i>Fashion</i>	Rp	437,127,346,000,000
7.	Film, Animasi dan Video	Rp	3,909,082,000,000
8.	Fotografi	Rp	10,577,516,000,000
9.	Kriya	Rp	400,106,040,000,000
10.	Kuliner	Rp	951,976,440,000,000
11.	Musik	Rp	11,037,408,000,000
12.	Penerbitan	Rp	145,325,872,000,000
13.	Periklanan	Rp	18,625,626,000,000
14.	Seni Pertunjukkan	Rp	6,208,542,000,000
15.	Seni Rupa	Rp	5,058,812,000,000
16.	Televisi dan Radio	Rp	190,165,342,000,000
Total		Rp	2,299,460,000,000,000

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif Jawa Timur (2021)

Tabel 3. Hasil Perhitungan LQ Subsektor Industri Kreatif

No.	Subsektor Industri Kreatif	LQ	Keterangan
1.	App dan <i>Game</i>	0.363	Potensi Rendah
2.	Arsitektur	0.338	Potensi Rendah
3.	Desain Interior	2.761	Potensi Tinggi
4.	Desain Komunikasi Visual	2.165	Potensi Tinggi
5.	Desain Produk	3.627	Potensi Tinggi
6.	<i>Fashion</i>	1.063	Potensi Sedang
7.	Film, Animasi dan Video	8.069	Potensi Tinggi
8.	Fotografi	1.567	Potensi Tinggi
9.	Kriya	1.066	Potensi Sedang
10.	Kuliner	1.187	Potensi Tinggi
11.	Musik	8.767	Potensi Tinggi
12.	Penerbitan	0.018	Potensi Rendah
13.	Periklanan	0.402	Potensi Rendah
14.	Seni Pertunjukkan	0.517	Potensi Rendah
15.	Seni Rupa	0.423	Potensi Rendah
16.	Televisi dan Radio	0.127	Potensi Rendah

Sumber: Hasil Perhitungan (2022)

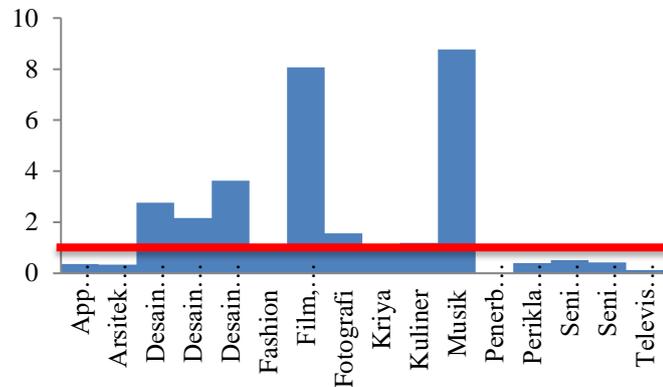
Perhitungan LQ berdasarkan persamaan (1) dengan nilai GDP aplikasi dan *game* Kota Surabaya adalah Rp. 1.911.060.218.554; total GDP subsektor industri kreatif Kota Surabaya Rp. 283.430.000.000.000; GDP aplikasi dan *game* Jawa Timur Rp. 42.769.956.000.000; total GDP subsektor industri kreatif Jawa Timur Rp. 2.299.460.000.000.000 dan akan dicontohkan pada perhitungan berikut:

$$LQ = \frac{\text{GDP Subsektor App dan Game Surabaya} / \text{Total Seluruh GDP Subsektor Surabaya}}{\text{GDP Subsektor App dan Game Jawa Timur} / \text{Total Seluruh GDP Subsektor Jawa Timur}}$$

$$LQ = \frac{1,911,060,218,554 / 283,430,000,000,000}{42,769,956,000,000 / 2,299,460,000,000,000}$$

LQ0,363

Terlihat dari contoh hasil perhitungan, atribut GDP pada subsektor aplikasi dan game memiliki nilai $LQ < 1$. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik subsektor industri kreatif tersebut memiliki potensi yang rendah terhadap peningkatan perekonomian lokal di Kota Surabaya yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Histogram Klasifikasi Subsektor Industri Kreatif

Dari Tabel 3. maka dapat disimpulkan bahwa subsektor aplikasi dan *game*, arsitektur, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio memiliki nilai $LQ < 1$. Hal ini berarti subsektor tersebut memiliki potensi yang rendah di Kota Surabaya. Pada subsektor *fashion* dan kriya memiliki nilai $LQ = 1$, hal ini menunjukkan bahwa subsektor tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perekonomian di Kota Surabaya. Pada subsektor desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film, fotografi, kuliner dan musik memberikan nilai $LQ > 1$. Hal ini berarti subsektor tersebut memberikan pengaruh yang positif terhadap perekonomian di Kota Surabaya.

Pemetaan Wilayah *Isoincome*

Hasil dari pemetaan wilayah *isoincome* merupakan suatu nilai estimasi ekonometrika yang ditunjukkan pada Tabel 4. yang mencakup empat kriteria diantaranya kriteria kemudahan akses industri kreatif, kemudahan akses konsumen, pengaruh pendidikan dan rata-rata pengangguran, serta pengaruh sektor pariwisata. Pemetaan industri kreatif akan menggunakan delapan data, yaitu pendapatan perkapita setiap wilayah, jumlah pariwisata, wisatawan, penduduk yang berpendidikan minimal SMA/SMK, sekolah SMA/SMK, transportasi, perusahaan/bisnis, serta rata-rata pengangguran.

Tabel 4. Pemetaan Wilayah *Isoincome* Berdasarkan Kriteria

Kecamatan	Kriteria 1	Kriteria 2	Kriteria 3	Kriteria 4
Karang Pilang	Rp 2,346,950,683,817	Rp 224,942,575	Rp 3,237,618	-
Jambangan	Rp 122,527,547,683	Rp 81,886,483	Rp 3,569,875	Rp130,900,000
Gayungan	Rp 1,448,685,664,065	Rp 364,475,381	Rp 2,638,062	Rp 64,360,000
Wonocolo	Rp 493,016,038,468	Rp 375,537,128	Rp 11,266,534	-
Tenggilis Mejoyo	Rp 880,389,220,871	Rp 325,001,393	Rp 927,449	-
Gunung Anyar	Rp 645,739,621,630	Rp 216,398,416	Rp 1,856,906	Rp 82,460,000
Rungkut	Rp 1,468,040,419,931	Rp 244,752,648	Rp 7,076,207	Rp203,540,000
Sukolilo	Rp 1,983,214,558,922	Rp 187,136,535	Rp 20,150,044	Rp 55,060,000
Mulyorejo	Rp 1,239,907,888,976	Rp 336,557,624	Rp 10,221,773	-
Gubeng	Rp 1,226,772,068,279	Rp 291,869,843	Rp 23,417,073	Rp 37,920,000
Wonokromo	Rp 781,299,056,289	Rp 383,856,851	Rp 12,430,755	Rp307,920,000
Dukuh Pakis	Rp 799,182,938,649	Rp 253,971,476	Rp 3,678,108	Rp 51,480,000
Wiyung	Rp 1,049,878,764,206	Rp 307,551,958	Rp 3,419,860	-
Lakarsantri	Rp 1,102,881,559,434	Rp 322,961,049	Rp 9,013,151	-
Tandes	Rp 519,474,049,081	Rp 161,358,449	Rp13,781,391	Rp 39,180,000
Sukomanunggal	Rp 546,834,674,028	Rp 438,863,312	Rp13,143,372	-
Sawahan	Rp 432,117,566,445	Rp 303,729,484	Rp21,012,582	Rp 34,860,000

Tegalsari	Rp 123,957,270,228	Rp 292,333,135	Rp 7,894,881	-
Genteng	Rp 961,866,002,990	Rp 360,431,294	Rp 8,822,317	Rp633,640,000
Tambak Sari	Rp 380,003,756,383	Rp 178,217,162	Rp35,062,707	Rp 26,960,000
Kenjeran	Rp 322,144,679,140	Rp 191,254,885	Rp 6,035,814	Rp 23,400,000
Simokerto	Rp 453,476,734,101	Rp 408,833,444	Rp 5,886,284	-
Semampir	Rp 327,246,403,401	Rp 255,810,044	Rp 20,704,793	Rp103,300,000
Pabean Cantian	Rp 1,090,599,932,048	Rp 282,723,662	Rp 3,622,471	Rp192,680,000
Bubutan	Rp 676,753,471,694	Rp 358,814,876	Rp 2,408,703	Rp202,280,000
Krembangan	Rp 1,269,884,401,122	Rp 342,679,465	Rp 5,048,596	Rp274,520,000
Asemrowo	Rp 1,258,116,155,232	Rp 203,214,497	Rp 3,112,570	-
Benowo	Rp 516,932,212,661	Rp 107,649,442	Rp 3,707,466	Rp 32,860,000
Bulak	Rp 1,894,171,340,133	Rp 547,826,746	Rp 674,737	Rp570,780,000
Pakal	Rp 2,207,204,475,267	Rp 181,986,431	Rp 7,620,546	Rp 39,580,000
Sambikerep	Rp 269,912,954,778	Rp 125,501,503	Rp 19,949,410	Rp171,480,000

Sumber: Hasil Perhitungan (2022)

a. Kriteria 1 Kemudahan Akses Industri Kreatif Antar Wilayah

Dengan menggunakan Persamaan (2), maka hasil dari kriteria 1 tersebut ditunjukkan pada Tabel 4. Hasil dari Tabel 4. kriteria 1 dengan nilai jarak ($\sum_i^k f(d_{ij})$) adalah 9,23 km²; jumlah bisnis (x_j) adalah 230; jumlah moda transportasi (t_j) adalah 185; dan penghasilan Kecamatan Karang Pilang (y_i) adalah Rp. 1.016.920.440 akan dicontohkan pada perhitungan berikut:

$$a_i^x \left(\sum_i^k f(d_{ij})x_j + t_j \right) y_i$$

$$a_i^x (9,23 \times 230 + 185) 1,016,920,440$$

$$a_i^x \text{Rp } 2,346,950,683,817$$

Kabupaten Karang Pilang dapat dengan kemudahan mengakses industri kreatif senilai Rp 2.346.950.683.817 karena hal ini. Angka ini menunjukkan berapa banyak uang yang dihasilkan di industri kreatif, dan seberapa mudah diakses di seluruh subsektor serta wilayah.

b. Kriteria 2 Kemudahan Akses Konsumen

Dengan menggunakan Persamaan (3), maka hasil dari kriteria 2 tersebut ditunjukkan pada Tabel 4. Hasil dari Tabel 4. kriteria 2 dengan pendapatan perkapita Kecamatan Sambikerep (y_i) adalah Rp. 2.931.822.926.689; dan jumlah bisnis industri kreatif (x_i) adalah 75 akan dicontohkan pada perhitungan sebagai berikut:

$$D_i \frac{y_i^y}{x_i}$$

$$D_i \frac{2,931,822,926,689^{0.8}}{75}$$

$$D_i \text{Rp } 125,501,503$$

Sehingga Kecamatan Sambikerep memiliki kemudahan akses untuk konsumen sebesar Rp 125,501,503. Nilai tersebut mengartikan bahwa wilayah tersebut kehilangan pendapatan sebesar itu dengan akses yang dimiliki di Kecamatan Sambikerep.

c. Kriteria 3 Pengaruh Pendidikan, Pengangguran, serta Jumlah Penduduk Berpendidikan Minimal SMA/SMK

Dengan menggunakan Persamaan (4), maka hasil dari kriteria 3 tersebut ditunjukkan pada Tabel 4. Hasil dari Tabel 4. kriteria 3 dengan jumlah sekolah SMA/SMK (u_i) adalah 16; jumlah penduduk di Kecamatan Gubeng (P_i) adalah 42.514; serta rata-rata pengangguran (r_i) sebesar 0,029 dicontohkan pada perhitungan berikut:

$$y_i \frac{u_i P_i}{r_i}$$

$$y_i \frac{16 \times 42.514}{0,029}$$

y_i Rp 23.417.073

Kabupaten Gubeng memperoleh pendapatan Rp 23.417.073 akibat pengaruh pendidikan. Dengan jumlah perguruan tinggi, jumlah orang terdidik, dan rata-rata angka pengangguran, nilai ini menunjukkan bahwa Kabupaten Gubeng mengalami peningkatan pendapatan sebesar itu.

d. Kriteria 4 Pengaruh Sektor Pariwisata

Dengan menggunakan Persamaan (5), maka hasil dari kriteria 4 tersebut ditunjukkan pada Tabel 4. Hasil dari Tabel 4. kriteria 4 dengan jumlah objek wisata (o_i) sebesar 7; jumlah wisatawan (w_i) sebesar 28.532; rata-rata biaya pariwisata (c_i) sebesar Rp. 10.000 akan dicontohkan pada perhitungan berikut:

$$P_i(o_i + w_i)c_i$$

$$P_i(7 + 28.532)Rp. 10.000$$

$$P_i Rp 570,780,000$$

Sehingga industri pariwisata mendatangkan Rp 570.780.000 untuk Kabupaten Bulak. Angka ini menunjukkan bahwa ketersediaan daya tarik wisata, volume pengunjung, dan rata-rata biaya pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian Kabupaten Bulak.

Dari hasil keempat kriteria tersebut menghasilkan nilai estimasi ekonometrik pada wilayah *isoincome*. Hasil tersebut ditunjukkan pada Tabel 5. yang telah diurutkan berdasarkan nilai estimasi terendah.

Tabel 5. Hasil Pemetaan Wilayah *Isoincome*

No.	Kecamatan	Location Modeling
1	Jambangan	Rp 122,482,104,042
2	Tegalsari	Rp 124,257,498,244
3	Sambikerep	Rp 269,886,925,691
4	Kenjeran	Rp 322,318,569,839
5	Semampir	Rp 327,419,618,238
6	Tambak Sari	Rp 380,190,076,252
7	Sawahan	Rp 432,407,448,511
8	Simokerto	Rp 453,891,453,830
9	Wonocolo	Rp 493,402,842,130
10	Benowo	Rp 517,010,709,570
11	Tandes	Rp 519,610,008,921
12	Sukomanunggal	Rp 547,286,680,712
13	Gunung Anyar	Rp 645,875,416,952
14	Bubutan	Rp 676,912,415,273
15	Wonokromo	Rp 781,387,423,896
16	Dukuh Pakis	Rp 799,389,108,233
17	Tenggilis Mejoyo	Rp 880,715,149,713
18	Genteng	Rp 961,601,616,601
19	Wiyung	Rp 1,050,189,736,025
20	Pabean Cantian	Rp 1,090,693,598,181
21	Lakarsantri	Rp 1,103,213,533,634
22	Gubeng	Rp 1,227,049,435,195
23	Mulyorejo	Rp 1,240,254,668,373
24	Asemrowo	Rp 1,258,322,482,299
25	Krembangan	Rp 1,269,957,609,183
26	Gayungan	Rp 1,448,988,417,508
27	Rungkut	Rp 1,468,088,708,787
28	Bulak	Rp 1,894,149,061,616
29	Sukolilo	Rp 1,983,366,785,502
30	Pakal	Rp 2,207,354,502,243
31	Karang Pilang	Rp 2,347,178,864,010

Sumber: Hasil Perhitungan (2022)

Wilayah dengan warna merah merupakan wilayah yang memiliki estimasi ekonometrika berdasarkan kriteria-kriteria yang digunakan terhadap pendapatan wilayah rendah. Wilayah yang memiliki warna

uning merupakan wilayah yang memiliki nilai potensi pendapatan yang sedang dan warna hijau adalah yang memiliki potensi tinggi. Potensi pendapatan wilayah rendah memiliki nilai kurang dari Rp. 500 miliar, sedangkan potensi pendapatan tinggi memiliki nilai lebih dari Rp. 1 triliun. Perhitungan pada Tabel 5. dicontohkan pada Kecamatan Gunung Anyar. Dengan hasil kemudahan akses antar industri kreatif (a_{13}^x) sebesar Rp. 645,739,621,630; kemudahan akses konsumen (D_{13}) sebesar Rp. 216,398,416; pengaruh pendidikan (y_{13}) sebesar Rp. 1,856,906; dan sektor pariwisata (P_{13}) sebesar Rp. 82,460,000. Dari seluruh data tersebut dimasukkan dalam persamaan berikut:

$$lm_i a_i^x - D_i + y_i + P_i$$

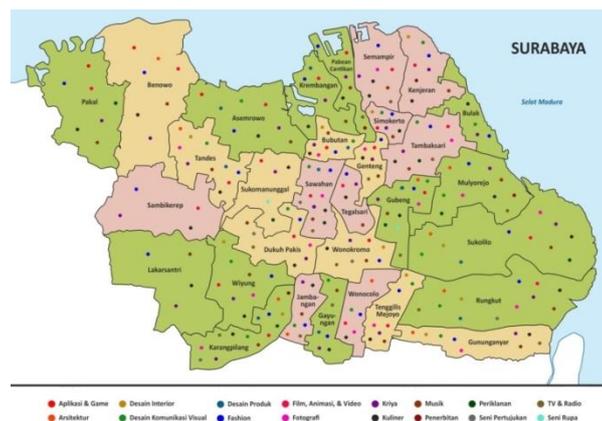
$$lm_i \text{Rp. } 645,739,621,630 - \text{Rp. } 216,398,416 + \text{Rp. } 1,856,906 + \text{Rp. } 82,460,000$$

$$lm_i \text{Rp. } 645,875,416,952$$

Sehingga dapat dikatakan bahwa Kecamatan Gunung Anyar menghasilkan pendapatan sebesar Rp.645,875,416,952 pada seluruh kriteria.

Pemetaan Wilayah *Isoincome*

Setelah mengetahui hasil dari pengklasifikasian subsektor industri kreatif serta pemetaan wilayah *isoincome*, dilakukan hubungan antara wilayah *isoincome* yang rendah dengan subsektor industri kreatif dengan potensi sedang serta tinggi. Penghubungan ini dilakukan untuk meningkatkan pendapatan perkapita di wilayah tersebut. Sebelum pengembangan dilakukan perhitungan, dilakukan alokasi pemetaan wilayah berdasarkan subsektor industri kreatif. Hal ini ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pemetaan Wilayah *Isoincome* Berdasarkan Subsektor Industri Kreatif

Tabel 6. Hasil Pemetaan Wilayah *Isoincome* Kecamatan Wonocolo

Atribut	Kecamatan Wonocolo			
	Desain Komunikasi Visual	Film	Fotografi	Musik
Bisnis	2	2	1	4
Pendapatan	Rp. 131,797,256,452	Rp. 131,797,256,452	Rp. 65,898,628,226	Rp. 263,594,512,904
Tenaga Kerja	5	7	2	43
Data Aktual	Rp. 625,171,287,934	Rp. 625,162,536,975	Rp. 559,285,786,145	Rp. 756,802,276,176

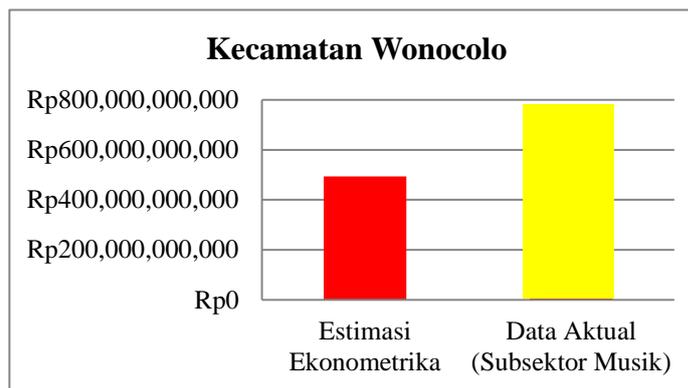
Sumber: Hasil Perhitungan (2022)

Hasil dari Tabel 6. didapatkan dari Persamaan (7) salah satu hasil pemetaan wilayah *isoincome* dengan klasifikasi subsektor industri kreatif akan dicontohkan sebagai berikut:

$$\text{UMK Surabaya} = \text{Rp. } 4,375,479$$

$$\text{Estimasi Ekonometrika PDRB Kecamatan Wonocolo} = \text{Rp. } 493,395,908,878$$

$$\text{Data Aktual}_{\text{Wonocolo, Musik}} = (\text{Rp. } 493,395,908,878 + \text{Rp. } 263,594,512,904) - (43 \times \text{Rp. } 4,375,479) \\ = \text{Rp. } 756,802,276,176$$



Gambar 3. Perbandingan Estimasi Ekonometrika dan Data Aktual (Subsektor Musik)

Hal ini dicontohkan pada Kecamatan Wonocolo subsektor yang dimiliki dengan potensi tinggi salah satunya adalah musik. Subsektor ini dapat mengubah wilayah *isoincome* Kecamatan Wonocolo menjadi wilayah *isoincome* dengan potensi sedang dikarenakan memiliki pendapatan sekitar Rp. 756,802,276,176 yang ditunjukkan pada Gambar 3.

KESIMPULAN

1. Hasil dari klasifikasi subsektor tersebut terdapat 7 (tujuh) subsektor yang memiliki potensi rendah. Terdapat 2 (dua) subsektor yang memiliki potensi sedang serta 7 (tujuh) subsektor yang memiliki potensi tinggi. Subsektor berpotensi ini dimaksudkan adalah subsektor yang dikelompokkan berdasarkan kesamaan potensi yang dimiliki dilihat dari nilai LQ.
2. Prioritas pengembangan wilayah dilakukan dengan menggunakan penggabungan antara hasil wilayah *isoincome* dengan hasil klasifikasi subsektor industri kreatif. Penggabungan ini dilakukan berdasarkan dengan subsektor yang dimiliki oleh wilayah tersebut. Pengembangan wilayah yang menjadi prioritas adalah wilayah *isoincome* rendah dengan memfokuskan pengembangan terhadap subsektor industri kreatif potensi tinggi ataupun sedang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Lukmandono, E. A. Tontowi, A. Sudiarso, and H. Utomo, "Penentuan Kriteria Daya Saing Industri Kreatif Dengan Analytical Hierarchy Process (AHP)," *Semin. Nas. IENACO – 2015. ISSN 2337 – 4349*, pp. 455–462, 2015.
- [2] Kemenperin, "Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif," *kemenperin.go.id*, 2019.
- [3] F. Afiff, "Pilar-pilar Ekonomi Kreatif," *Binus Univ.*, 2012, [Online]. Available: sbm.binus.ac.id.
- [4] Howkins, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. USA, 2001.
- [5] Sandiaga, "Kontribusi EKRAF terhadap PDB Indonesia," *human.initiative.org*, 2020.
- [6] R. Sentz, "Understanding Location Quotient, Emsi Data Works," 2011, [Online]. Available: <https://www.economicmodeling.com/2020/02/03/understanding-location-quotient-2/>.
- [7] Å. E. Andersson, D. E. Andersson, Z. Daghbashyan, and B. Hårsman, "Location and spatial clustering of artists," *Reg. Sci. Urban Econ.*, vol. 47, no. 1, pp. 128–137, Jul. 2014, doi: 10.1016/J.REGSCIURBECO.2013.09.008.
- [8] M. Hasan and A. Muhammad, *1/ Pembangunan Ekonomi*. 2018.