

# Analisis Potensi Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Timur

Muhammad Imam Ma'ruf<sup>1</sup>, Citra Ayni Kamaruddin<sup>2</sup>, Yollit Permata Sari<sup>3</sup>, Dewi Rahmawati<sup>4</sup>  
<sup>1,2</sup> Program Studi Ekonomi Pembangunan, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri  
Makassar  
<sup>3,4</sup> Program Studi Ekonomi Pembangunan, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri  
Padang

Email Corespondent : [muhammadimamaruf@unm.ac.id](mailto:muhammadimamaruf@unm.ac.id)

**Abstract:** *This study address to determine the basic sector, regional growth, dominant economic sub-sector and classification of economic potential in the creative economy sector of East Java Province in 2014-2016. This research used location quotient (LQ) analysis, growth ratio model (MRP), overlay and classification typology as the analysis technique. Based on research results, the creative economy sub-sector which is the basic sub-sector or has a comparative advantage is the craft and culinary sub-sector. The creative economy sub-sector, which is a potential sub-sector based on the growth criteria for regional economic structure, is the architectural, culinary and advertising sub-sector. The creative economy sub-sector which is a potential or dominant sub-sector based on growth and contribution criteria is the culinary sub-sector. The creative economy sub-sector, which is classified as a developed and rapidly growing sub-sector, is the culinary sub-sector.*

**Keywords:** *LQ analysis, MRP analysis, overlay analysis, classic typology analysis, creative economy*

**Abstrak:** *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sektor basis, pertumbuhan wilayah, subsektor ekonomi dominan dan klasifikasi potensi perekonomian sektor ekonomi kreatif Provinsi Jawa Timur tahun 2014-2016. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis location quotient (LQ), model rasio pertumbuhan (MRP), overlay dan tipologi klassen. Berdasarkan hasil penelitian subsektor ekonomi kreatif yang merupakan subsektor basis atau memiliki keunggulan komparatif adalah subsektor kriya dan kuliner. Subsektor ekonomi kreatif yang merupakan subsektor potensial berdasarkan pada kriteria pertumbuhan struktur ekonomi wilayah adalah subsektor arsitektur, kuliner dan periklanan. Subsektor ekonomi kreatif yang merupakan subsektor potensial atau dominan berdasarkan kriteria pertumbuhan dan kriteria kontribusi adalah subsektor kuliner. Subsektor ekonomi kreatif yang tergolong sebagai subsektor yang maju dan tumbuh dengan pesat (developed sector) adalah subsektor kuliner.*

**Keywords:** *Analisis LQ, analisis MRP, analisis overlay, analisis tipologi klassen, ekonomi kreatif*

**PENDAHULUAN**

Pembangunan ekonomi adalah pertumbuhan ekonomi yang diikuti oleh perubahan dalam struktur dan corak kegiatan ekonomi (Sukirno, 2012). Pembangunan ekonomi identik dengan upaya pemerintah dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah (Wahyuni et al, 2014).

Pembangunan ekonomi dilaksanakan secara terpadu, selaras, seimbang dan berkelanjutan dan diarahkan agar pembangunan yang berlangsung merupakan kesatuan pembangunan nasional. Sehingga dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional perlu adanya pembangunan ekonomi daerah yang pada akhirnya mampu mengurangi ketimpangan antar daerah dan mampu mewujudkan kemakmuran yang adil dan merata antar daerah (Wijaya dan Atmanti, 2009). (Raswita, 2013, dalam Riantika dan Utama, 2017) menjelaskan bahwa tujuan pembangunan ekonomi adalah untuk meningkatkan taraf kemakmuran masyarakat, diperlukan pertumbuhan ekonomi dalam proses peningkatan taraf kemakmuran masyarakat.

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor dalam pertumbuhan ekonomi. Ekonomi kreatif kini menjadi perhatian dunia, baik di negara-negara maju maupun negara-negara berkembang. Ekonomi kreatif terus berkembang pesat di berbagai belahan dunia. Ekonomi kreatif tidak lepas dari kreatifitas dan pengetahuan dari sumber daya manusia.

Kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktivitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya (Rusydi dan Noviana, 2016). Selain sumber daya manusia, peran pemerintah juga sangat diperlukan dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif.

Di Indonesia, geliat ekonomi kreatif tercatat dimulai sejak pekan produk budaya Indonesia pertama kali digelar pada tahun 2007. Pada tahun 2009, pemerintah Indonesia menerbitkan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 yang mengatur tentang pengembangan ekonomi kreatif, salah satu pionir landasan hukum yang pertama kali menempatkan Ekraf di panggung perekonomian nasional (BEKRAF, 2019).

Ekonomi Kreatif sedang berkembang pesat di Indonesia. Persentase kontribusi perekonomian Indonesia pada tahun 2015 menyumbang Rp 860

miliar dolar Amerika atau 7,38 % dari Produk Domestik Bruto (PDB). Dan pada tahun 2016 meningkat menjadi 11%. Jawa Timur adalah provinsi kedua setelah Jawa Barat dalam aspek perkembangan ekonomi kreatif, namun Jawa Timur khususnya kota Surabaya belum memiliki fasilitas pemberdayaan yang memadai seperti di kota besar lainnya seperti Jakarta dan Bandung (Glenn and Kuntjoro, 2019).

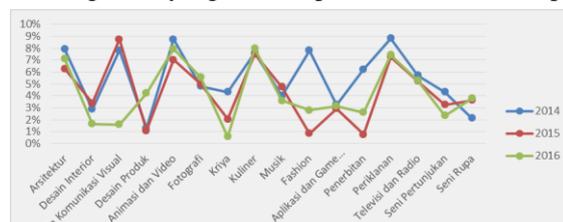
Selama periode 2014 hingga 2016, trend PDB ekonomi kreatif Provinsi Jawa Timur terus mengalami peningkatan. Begitu juga dengan trend PDB ekonomi kreatif nasional terus meningkat secara signifikan. Pemerintah terus mendorong sektor ekonomi kreatif agar menjadi sektor unggulan yang nantinya akan memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor ekonomi kreatif pun telah berperan dalam penciptaan lapangan kerja. Hingga tahun 2017 tercatat sebanyak 17,43 juta tenaga kerja ekonomi kreatif di Indonesia. Perkembangan PDB ekonomi kreatif Indonesia dan Provinsi Jawa Timur dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 2 PDB Ekonomi Kreatif Indonesia dan PDRB Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Timur**

Sumber: Badan Pusat Statistik (Data Diolah, 2017)

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur dapat dilihat pada Gambar 2 di bawah. Hingga periode 2016 subsektor ekonomi kreatif mengalami peningkatan yang cukup signifikan, meskipun masih ada beberapa subsektor yang tertinggal jauh. Beberapa subsektor ekonomi kreatif yang mengalami peningkatan antara tahun 2015-2016, yaitu subsektor arsitektur, desain produk, fotografi, kuliner, aplikasi dan game developer, periklanan, televisi dan radio, serta seni rupa. Sedangkan, subsektor lainnya mengalami penurunan. Meskipun demikian, trend pertumbuhan ekonomi kreatif tersebut dinilai telah memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap



**Gambar 1 Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2016**

pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Timur. Pertumbuhan ekonomi kreatif Provinsi Jawa Timur

Pelaku ekonomi kreatif sebagai penghasil Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Provinsi Jawa Timur terus mengalami peningkatan yang cukup besar. Kreativitas, ide cemerlang dan semakin pesatnya perkembangan teknologi serta melimpahnya sumber daya menjadikan ekonomi kreatif semakin berpotensi memberikan kontribusi dalam perekonomian. Selain itu, kontribusi subsektor ekonomi kreatif terhadap perekonomian Provinsi Jawa Timur pada tahun 2016 meningkat dibandingkan tahun 2010 (Badan Pusat Statistik, 2017).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif digagas pertama kali di Inggris oleh John Howkins melalui bukunya "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*" yang terinspirasi oleh pemikiran Robert Lucas mengenai pertumbuhan ekonomi suatu wilayah sangat ditentukan oleh tingkat produktivitas dan keberadaan orang-orang kreatif yang memiliki talenta khusus dengan kemampuan mengaplikasikan ilmu pengetahuan untuk menciptakan suatu inovasi. Menurut Howkins, (2001) dalam (Purnomo, 2016) ekonomi kreatif merupakan aktivitas perekonomian yang lebih mengandalkan ide atau gagasan (kreatif) untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan di sekitarnya menjadi bernilai tambah ekonomi.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, (2016) mengatakan bahwa terdapat empat prinsip utama yang menjadi landasan dalam pengembangan ekonomi kreatif ke depan. **Prinsip pertama** adalah penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. **Prinsip kedua** adalah "*Design thinking*" sebagai budaya yang perlu dikembangkan di seluruh lapisan masyarakat. **Prinsip ketiga** adalah pelestarian seni dan budaya sebagai upaya untuk melindungi, mengembangkan dan memanfaatkan seni dan budaya sebagai inspirasi dalam berkarya untuk menciptakan keunikan sebagai daya saing dan tradisi yang hidup di dalam masyarakat. **Prinsip keempat** adalah pemanfaatan media sebagai sarana untuk meningkatkan literasi dan apresiasi masyarakat terhadap sumber daya, karya dan produk kreatif lokal.

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

Tahun 2014-2016, dapat dilihat pada Gambar 2.

yaitu

1. Terwujudnya masyarakat berakhlak mulia, bermoral, beretika, berbudaya, dan beradab
2. Terwujudnya bangsa yang berdaya saing untuk mencapai masyarakat yang lebih makmur dan sejahtera
3. Terwujudnya pemerataan pembangunan dan berkeadilan
4. Terwujudnya Indonesia asri dan lestari
5. Terwujudnya peranan Indonesia yang meningkat dalam pergaulan dunia internasional

### Kontribusi Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berkontribusi secara positif terhadap ekonomi nasional, baik terhadap nilai tambah, lapangan kerja, lapangan usaha maupun terhadap saling keterkaitan antarsektor (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, (2017) PDB Ekonomi Kreatif berkontribusi sebesar 7,39 hingga 7,44 persen terhadap perekonomian Indonesia selama kurun waktu 2014-2016 dengan rata-rata kontribusi sektor Ekonomi Kreatif terhadap perekonomian nasional adalah sebesar 7,42 persen. Selama tahun 2014 hingga 2016, terdapat tiga subsektor yang mendominasi pembentukan PDB Ekonomi Kreatif, yaitu subsektor kuliner; fesyen; dan kriya. Pada tahun 2014, ketiga subsektor ini menyumbang 76,06 persen dari total PDB Ekonomi Kreatif. Pada tahun 2015 kontribusi ketiga subsektor turun menjadi 75,54 persen dan pada tahun 2016 kontribusi ketiganya terhadap pembentukan PDB Ekonomi Kreatif ini kembali turun menjadi 74,81 persen.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis perencanaan pembangunan wilayah, yaitu *Location Quotient* (LQ), Model Rasio Pertumbuhan (MRP), analisis *overlay*, dan tipologi kelas.

### Analisis *Location Quotient* (LQ)

*Location Quotient* (LQ) adalah metode statistik yang menggunakan karakteristik output / nilai tambah atau kesempatan kerja untuk menganalisis dan menentukan keragaman ekonomi basis lokal (Bendavid-Val, 1991; Arsyad, 1999, dalam Kharisma dan Hadianto, 2019).

Analisis LQ digunakan untuk mengetahui basis ekonomi suatu wilayah terutama dari kriteria kontribusi. Analisis LQ pada dasarnya merupakan

analisis untuk mengetahui posisi apakah suatu wilayah berposisi sebagai *net importer* atau sebagai *net exporter* pada suatu produk atau sektor tertentu, dengan membandingkan antara produksi dan konsumsinya (Basuki dan Mujiraharjo, 2017). Rumus yang digunakan dalam analisis *Location Quotient* (LQ) adalah sebagai berikut:

$$LQ = \frac{\frac{x_i}{PDRB}}{\frac{X_i}{PNB}}$$

Keterangan:

- $x_i$  : Nilai tambah sektor i di suatu daerah  
 PDRB : Produk Domestik Regional Bruto daerah tersebut  
 $X_i$  : Nilai tambah sektor i secara nasional  
 PNB : Produk Nasional Bruto atau GNP

Apabila  $LQ > 1$ , artinya peranan sektor tersebut di daerah itu lebih menonjol daripada peranan sektor itu secara nasional. Sebaliknya, apabila  $LQ < 1$ , maka peranan sektor itu di daerah tersebut lebih kecil daripada peranan sektor tersebut secara nasional.  $LQ > 1$  menunjukkan bahwa peranan sektor i cukup menonjol di daerah tersebut dan seringkali sebagai petunjuk bahwa daerah tersebut surplus akan produk sektor i dan mengekspornya ke daerah lain. Dengan kata lain,  $LQ > 1$  berarti daerah tersebut memiliki keunggulan komparatif untuk sektor i yang dimaksud (Tarigan, 2012)

### Model Rasio Pertumbuhan (MRP)

Analisis MRP dilakukan untuk melihat deskripsi kegiatan ekonomi terutama struktur ekonomi wilayah studi yang menekankan pada kriteria pertumbuhan baik secara eksternal (wilayah referensi) maupun internal (wilayah studi). Pendekatan analisis MRP dapat dibagi menjadi dua, yaitu: (1) rasio pertumbuhan wilayah referensi (RPr), dan (2) rasio pertumbuhan wilayah studi

$$RPr = \frac{\Delta EiR/EiR}{\Delta ER/ER}$$

(RPs) (Yusuf, 1999).

Keterangan:

- $\Delta EiR$  : Perubahan PDRB sektor i di wilayah referensi  
 EiR : PDRB sektor i di wilayah referensi pada awal tahun penelitian  
 $\Delta ER$  : Perubahan PDRB di wilayah referensi

ER : Total PDRB di wilayah referensi pada awal tahun penelitian

Rasio pertumbuhan wilayah studi (RPs) membandingkan pertumbuhan masing-masing sektor dalam konteks kabupaten/kota dengan pertumbuhan sektor provinsi atau dalam konteks

$$RPs = \frac{\Delta EiJ/EiJ}{\Delta EiR/EiR}$$

provinsi dengan pertumbuhan sektor nasional.

Keterangan:

- $\Delta EiJ$  : Perubahan PDRB sektor i di wilayah studi  
 EiJ : PDRB sektor i di wilayah studi pada awal tahun penelitian  
 $\Delta EiR$  : Perubahan PDRB sektor i di wilayah referensi  
 EiR : PDRB sektor i di wilayah referensi pada awal tahun penelitian

Hasil analisis MRP ini terdiri dari empat klasifikasi, yaitu:

1. Sektor yang mempunyai nilai RPr (+) dan RPs (+) berarti kegiatan tersebut pada wilayah referensi dan wilayah studi mempunyai pertumbuhan yang menonjol. Kegiatan ini juga disebut sebagai dominan pertumbuhan.
2. Sektor yang mempunyai nilai RPr (+) dan RPs (-) berarti kegiatan tersebut pada tingkat wilayah referensi mempunyai pertumbuhan menonjol, namun pada tingkat wilayah studi belum menonjol.
3. Sektor yang mempunyai nilai RPr (-) dan RPs (+) berarti kegiatan tersebut pada tingkat wilayah referensi pertumbuhannya tidak menonjol, sedangkan pada tingkat wilayah studi menonjol.
4. Sektor yang mempunyai nilai RPr (-) dan RPs (-) berarti kegiatan tersebut pada tingkat wilayah referensi dan wilayah studi tidak menonjol.

### Analisis Overlay

Analisis overlay ini dimaksudkan untuk menentukan sektor atau kegiatan ekonomi yang potensial berdasarkan kriteria pertumbuhan dan kriteria kontribusi dengan menggabungkan hasil dari Metode Rasio Pertumbuhan (MRP) dan metode *Location Quotient* (LQ). Metode ini mempunyai empat klasifikasi, yaitu:

1. Pertumbuhan (+) dan kontribusi (+), menunjukkan suatu kegiatan yang sangat

	dominan baik dari pertumbuhan maupun dari kontribusi. (Developed Sector)	(Stagnant Sector)
	$s_i > s$ dan $sk_i > k$	$s_i < s$ dan $sk_i > sk$
2.	Pertumbuhan (+) dan kontribusi (-) menunjukkan suatu kegiatan yang pertumbuhannya dominan tetapi kontribusinya kecil. Kegiatan ini perlu lebih ditingkatkan kontribusinya untuk menjadi kegiatan yang dominan. (Potential Sector)	Sektor relatif tertinggal (Under Developed Sector)
	$s_i > s$ dan $sk_i < sk$	$s_i < s$ dan $sk_i < sk$
3.	Pertumbuhan (-) dan kontribusi (+) menunjukkan suatu kegiatan yang pertumbuhannya kecil tetapi kontribusinya besar. Kegiatan ini sangat memungkinkan bahwa kegiatan sedang mengalami penurunan.	
4.	Pertumbuhan (-) dan kontribusi (-) menunjukkan suatu kegiatan yang tidak potensial baik dari kriteria pertumbuhan maupun dari kontribusi (Basuki and Gayatri, 2009).	

Sumber: Robot *et al* (2016)

Keterangan:

- $s_i$  : Laju pertumbuhan ekonomi sektor PDRB wilayah  $i$
- $sk_i$  : Kontribusi sektor wilayah  $i$
- $s$  : Laju pertumbuhan ekonomi wilayah referensi
- $sk$  : Kontribusi sektor wilayah referensi

**Tipologi Klassen**

Analisis Tipologi Klassen adalah pendekatan yang dapat digunakan untuk memeriksa bagaimana struktur dan pola output dari setiap sektor pembentukan ekonomi di suatu daerah. Struktur dan pola dari masing-masing output ini akan bermanfaat sebagai ilustrasi prospek ekonomi masa depan kawasan tersebut. Selain itu, pengetahuan tentang struktur dan pola masing-masing output ini dapat digunakan sebagai bahan dalam menentukan kebijakan daerah untuk memajukan pembangunan (Satrianto and Sasongko, 2019). Hasil analisis klasifikasi sektor PDRB menurut tipologi klassen dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1 Klasifikasi Tipologi Klassen**

Kuadran I	Kuadran II
Sektor yang maju dan tumbuh dengan pesat	Sektor maju tapi tertekan

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Location Quotient (LQ)**

Analisis LQ merupakan salah satu metode analisis dalam studi perencanaan pembangunan daerah. Analisis LQ bertujuan untuk mengetahui sektor-sektor yang masuk kategori sektor basis atau sektor unggulan. Perhitungan basis ekonomi tersebut menggunakan data PDRB dari wilayah studi yang akan dianalisis sendiri. Hasil analisis LQ sektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur tahun 2014-2016, dapat dilihat pada Tabel 2

**Tabel 2 Analisis Location Quotient (LQ) Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2016**

Sumber : Badan Pusat Statistik, Data diolah (2016)

Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis *location quotient* menunjukkan bahwa subsektor PDRB ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur yang termasuk kategori subsektor unggulan diantaranya adalah subsektor kriya dan kuliner. Nilai LQ rata-rata subsektor kriya sebesar 1,37 dan

kuliner sebesar 1,38, dimana nilai tersebut lebih besar dari 1, yang artinya subsektor-subsektor tersebut merupakan subsektor potensial. Hal tersebut menunjukkan bahwa peranan subsektor kriya dan kuliner cukup menonjol di daerah tersebut dan seringkali sebagai petunjuk bahwa daerah tersebut surplus akan produk subsektor tersebut dan mampu mengekspornya ke daerah lain.

Sedangkan, untuk subsektor-subsektor ekonomi kreatif lainnya masih sangat membutuhkan perhatian dari pemerintah daerah setempat. Sektor ekonomi kreatif telah memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap pembangunan nasional maupun daerah Provinsi Jawa Timur. Selain itu, perkembangan ekonomi kreatif juga mampu untuk menyerap tenaga-tenaga kerja sehingga dampak pengangguran bisa semakin kecil, khususnya di Provinsi Jawa Timur.

**Analisis Model Rasio Pertumbuhan (MRP)**

Analisis MRP merupakan alat analisis untuk melihat deskripsi kegiatan atau sektor ekonomi yang potensial berdasarkan pada kriteria pertumbuhan struktur ekonomi wilayah baik eksternal maupun internal (Basuki dan Gayatri, 2009). Hasil perhitungan analisis MRP Provinsi Jawa Timur pada tahun 2014-2016, dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3 Analisis Model Rasio Pertumbuhan (MRP) Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2016**

Hasil perhitungan MRP menunjukkan bahwa subsektor ekonomi kreatif yang terdiri dari subsektor arsitektur, kuliner dan periklanan masuk klasifikasi 3, dimana nilai RPr (-) dan RPs (+). Hal tersebut berarti bahwa pada periode 2014-2016 subsektor arsitektur, kuliner dan periklanan pada tingkat nasional pertumbuhannya tidak menonjol, sedangkan pada Provinsi Jawa Timur pertumbuhannya menonjol.

Sedangkan subsektor-subsektor ekonomi kreatif lainnya, yaitu subsektor desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi dan video; fotografi; kriya; musik; *fashion*;

No.	Subsektor	2014	2015	2016	LQ Rata-rata	Keterangan
1	Arsitektur	0,66	0,65	0,65	0,65	Nonbasis
2	Desain Interior	0,24	0,23	0,22	0,23	Nonbasis
3	Desain Komunikasi Visual	0,41	0,40	0,37	0,40	Nonbasis
4	Desain Produk	0,30	0,29	0,28	0,29	Nonbasis
5	Film, Animasi dan Video	0,56	0,55	0,54	0,55	Nonbasis
6	Fotografi	0,36	0,35	0,34	0,35	Nonbasis
7	Kriya	1,41	1,37	1,33	1,37	Basis
8	Kuliner	1,35	1,38	1,41	1,38	Basis
9	Musik	0,80	0,78	0,74	0,77	Nonbasis
10	Fashion	0,42	0,41	0,40	0,41	Nonbasis
11	Aplikasi dan Game Developer	0,88	0,85	0,81	0,84	Nonbasis
12	Penerbitan	0,38	0,36	0,35	0,36	Nonbasis
13	Periklanan	0,65	0,65	0,65	0,65	Nonbasis
14	Televisi dan Radio	0,38	0,37	0,35	0,36	Nonbasis
15	Seni Pertunjukan	0,65	0,62	0,58	0,61	Nonbasis
16	Seni Rupa	0,69	0,67	0,66	0,68	Nonbasis

aplikasi dan *game developer*; penerbitan; televisi dan radio; seni pertunjukan; serta seni rupa masuk klasifikasi 4, dimana nilai RPr (-) dan RPs (-). Hal tersebut menunjukkan bahwa subsektor-subsektor ekonomi kreatif tersebut selama periode 2014-2016, baik pada tingkat nasional maupun di Provinsi Jawa Timur pertumbuhannya tidak menonjol.

**Analisis Overlay**

Analisis overlay dimaksudkan untuk melihat deskripsi kegiatan ekonomi yang potensial berdasarkan kriteria pertumbuhan dan kriteria kontribusi (Yusuf, 1999). Untuk mengetahui sektor-sektor unggulan tersebut, maka harus menggabungkan metode MRP dan metode analisis LQ. Hasil analisis overlay Provinsi Jawa Timur periode 2014-2016, dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4 Analisis Overlay Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2016**

No.	Subsektor	MRP (RPs)		LQ	
		Riil	Nominal	Riil	Nominal
1	Arsitektur	1,06	+	0,65	-
2	Desain Interior	0,41	-	0,23	-

No.	Subsektor	MRP (RPs)		LQ	
		Riil	Nominal	Riil	Nominal
3	Desain Komunikasi Visual	0,54	-	0,40	-
4	Desain Produk	0,54	-	0,29	-
5	Film, Animasi dan Video	0,89	-	0,55	-
6	Fotografi	0,80	-	0,35	-
7	Kriya	0,38	-	1,37	+
8	Kuliner	1,74	+	1,38	+
9	Musik	0,55	-	0,77	-
10	Fashion	0,53	-	0,41	-
11	Aplikasi dan Game Developer	0,46	-	0,84	-
12	Penerbitan	0,39	-	0,36	-
13	Periklanan Televisi	1,12	+	0,65	-
14	dan Radio	0,55	-	0,36	-
15	Seni Pertunjukan	0,35	-	0,61	-
16	Seni Rupa	0,68	-	0,68	-

Sumber: Badan Pusat Statistik (Data Diolah, 2020)

Dari hasil perhitungan analisis *overlay* tahun 2014-2016 subsektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur yang masuk kategori klasifikasi 1 adalah subsektor kuliner. Pertumbuhan dan kontribusi subsektor kuliner pada tahun 2014-2016 memiliki nilai di atas 1 (+), artinya subsektor kuliner merupakan subsektor unggulan atau sangat dominan, serta subsektor tersebut memiliki pertumbuhan dan kontribusi yang sangat besar terhadap PDRB Provinsi Jawa Timur.

Subsektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur yang masuk kategori klasifikasi 2 adalah subsektor arsitektur dan periklanan. Subsektor-subsektor ini menunjukkan suatu kegiatan yang pertumbuhannya dominan namun kontribusinya kecil terhadap PDRB Provinsi Jawa Timur. Pemerintah setempat perlu untuk mengembangkan subsektor-subsektor tersebut agar menjadi subsektor yang dominan.

Subsektor kriya masuk kategori klasifikasi 3, dimana subsektor kriya menunjukkan subsektor yang memiliki pertumbuhan yang kecil namun kontribusinya besar terhadap PDRB. Sangat memungkinkan bahwa kegiatan ekonomi dalam subsektor tersebut sedang mengalami penurunan. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan

terjadinya kemunduran terhadap aktivitas subsektor tersebut adalah kurangnya lapangan kerja.

Subsektor yang masuk kategori klasifikasi 4 di antaranya ialah: subsektor desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi dan video; fotografi; musik; *fashion*; aplikasi dan *game developer*; penerbitan; televisi dan radio; seni pertunjukan; serta seni rupa. Subsektor-subsektor ekonomi kreatif tersebut merupakan subsektor-subsektor yang tidak potensial baik dari segi pertumbuhan maupun kontribusinya.

Dalam laporan PDRB EKRAF Provinsi Jawa Timur subsektor yang cukup dominan berkontribusi dalam pembentukan PDRB ekonomi kreatif, yaitu subsektor kuliner dan kriya. Pada tahun 2016, subsektor kuliner menciptakan nilai tambah sebesar 109,34 triliun rupiah dan menyumbang 62,88 persen terhadap pembentukan PDRB ekonomi kreatif. Sementara itu, subsektor kriya menyumbang nilai tambah sebesar 33,95 triliun rupiah dan memberikan kontribusi sebesar 19,52 persen terhadap pembentukan PDRB ekonomi kreatif tahun 2016. Yang cukup menjadi perhatian adalah di tengah semakin majunya teknologi, namun kontribusi subsektor ekonomi kreatif yang cukup dominan dalam pemanfaatan teknologi terhadap pembentukan PDRB ekonomi kreatif masih sangat kecil. Subsektor tersebut antara lain subsektor interior, desain komunikasi visual, dan desain produk (BEKRAF, 2017).

### Analisis Tipologi Klassen

Analisis tipologi kelas digunakan untuk melihat gambaran tentang pola dan struktur pertumbuhan masing-masing sektor ekonomi (Basuki and Gayatri, 2009). Dalam analisis tipologi kelas terdapat empat klasifikasi sektor-sektor ekonomi yang masing-masing memiliki karakteristik, di antaranya *developed sector*, *stagnant sector*, *potential sector*, dan *underdeveloped sector*. Hasil analisis tipologi kelas sektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur tahun 2014-2016, dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5 Hasil Analisis Tipologi Klassen Sektor Ekonomi Kreatif Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2016**

Kuadran I	Kuadran II
Kuliner	Kriya
Kuadran III	Kuadran IV
Arsitektur Film, animasi dan	Desain interior Desain komunikasi visual

video  
Fashion  
Periklanan

Desain produk  
Fotografi  
Musik  
Aplikasi dan *game developer*  
Penerbitan  
Televisi dan radio  
Seni pertunjukan  
Seni rupa

1. Berdasarkan hasil analisis LQ subsektor ekonomi kreatif Provinsi Jawa Timur periode 2014-2016 yang merupakan subsektor basis atau memiliki keunggulan komparatif adalah subsektor kriya dan kuliner.
2. Berdasarkan hasil analisis MRP subsektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur periode 2014-2016 yang merupakan subsektor potensial berdasarkan pada kriteria pertumbuhan struktur ekonomi wilayah adalah subsektor arsitektur, kuliner dan periklanan.
3. Berdasarkan hasil analisis *overlay* subsektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur periode 2014-2016 yang merupakan subsektor potensial berdasarkan kriteria pertumbuhan dan kriteria kontribusi adalah subsektor kuliner.
4. Berdasarkan hasil analisis tipologi kelas subsektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur tahun 2014-2016 yang tergolong sebagai subsektor yang maju dan tumbuh dengan pesat (*developed sector*) adalah subsektor kuliner.

Sumber: Badan Pusat Statistik (Data Diolah, 2020)

Berdasarkan Tabel 5 subsektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur yang tergolong sebagai subsektor yang maju dan tumbuh dengan pesat (*developed sector*) adalah subsektor kuliner. Subsektor kuliner tersebut memiliki pertumbuhan prima selama periode 2014-2016. Subsektor yang tergolong sebagai subsektor maju namun tertekan (*stagnant sector*) adalah subsektor kriya, dimana subsektor tersebut memiliki potensi pengembangan yang besar namun belum diolah dengan baik. Sedangkan subsektor yang tergolong sebagai subsektor potensial adalah subsektor arsitektur; film, animasi dan video; fashion, dan periklanan. Subsektor-subsektor tersebut merupakan subsektor-subsektor yang masih dapat berkembang apabila diolah dengan baik oleh pemerintah. Sedangkan subsektor-subsektor yang tergolong sebagai subsektor yang relatif tertinggal di antaranya ialah subsektor desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fotografi, musik, aplikasi dan *game developer*, penerbitan, televisi dan radio, seni pertunjukan dan seni rupa.

**Saran**

1. Dengan semakin berkembangnya sektor ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur, maka peran sumber daya manusia sangat penting. Dalam hal pengembangan kompetensi sumber daya manusia diharapkan pemerintah daerah setempat memberikan fasilitas berupa pelatihan dan pengembangan *skill* kepada para tenaga kerja industri ekonomi kreatif.
2. Pemerintah Provinsi Jawa Timur perlu untuk melakukan evaluasi lebih lanjut terkait subsektor-subsektor ekonomi kreatif yang tertinggal guna mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kemunduran subsektor-subsektor tersebut baik secara internal maupun eksternal.

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

**REFERENSI**

- Badan Pusat Statistik. 2017. Laporan Penyusunan PDRB EKRAF Provinsi Jawa Timur 2010-2016 Menurut Lapangan Usaha. Penerbit: Badan Pusat Statistik. Jawa Timur.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Laporan Pdb Ekonomi Kreatif Tahun 2014-2016. Badan Pusat Statistik.
- Badan Ekonomi Kreatif (2019) 'Opus: Ekonomi Kreatif Outlook 2019', *Badan Ekonomi Kreatif*, pp. 23–24.
- Basuki, A. and Gayatri, U. (2009) 'Penentu Sektor Unggulan dalam Pembangunan Daerah: Studi Kasus di Kabupaten Ogan Komering Ilir', *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan (Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)*, 10(1), pp. 34–50. doi: 10.18196/jesp.10.1.1280.
- Basuki, M. and Mujiraharjo, F. N. (2017) 'Analisis Sektor Unggulan Kabupaten Sleman dengan Metode Shift Share dan Location Quotient', *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 15(1), pp. 52–60. doi: 10.4103/2276-7096.188531.
- Glenn, J. and Kuntjoro, S. (2019) 'Fasilitas Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Jawa Timur di Surabaya', VII(1), pp. 881–888.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2016). *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif .
- Kharisma, B. and Hadiyanto, F. (2019) 'Analysis of Potential Sectors and Policy Priorities of Regional Economic Development in Maluku Province', *Etikonomi*, 18(1). doi: 10.15408/etk.v18i1.7440.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.
- Riantika, I. B. A., and Utama, M. S. (2017) 'Penentuan Prioritas Pembangunan Melalui Analisis Sektor-sektor Potensial di Kabupaten Gianyar', *E-Jurnal EP Unud*, 6 (7) : 1185-1211.
- Robot. et al. (2016) 'Analisis Perubahan Struktur Ekonomi di Kabupaten Analysis of Changes In The Economic Structure of The District Minahasa In The Years 2001-2013', 16(1), pp. 549–558.
- Rusydi and Noviana (2016) 'Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia)', *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(1), pp. 51–59.
- Satrianto, A. and Sasongko, B. (2019) 'Determination Of The Same Leading Sectors In Blitar City', *Jejak*, 12(2), pp. 382–402. doi: 10.15294/jejak.v12i2.22616.
- Sukirno, S. 2012. *Makroekonomi: Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Tarigan. 2012. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Wahyuni, I. G. A. P., Sukarsa, M. and Yuliarmi, N. (2014) 'Pengaruh Pengeluaran Pemerintah dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Kesenjangan Pendapatan Kabupaten/Kota di Provinsi Bali', *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 3(8), pp. 1–11. Available at: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/8216/7299>.
- Wijaya, B. and Dwi Atmanti, H. (2009) 'Analisis Pengembangan Wilayah dan Sektor Potensial Guna Mendorong Pembangunan di Kota Salatiga', *Prestasi*, 5(1), pp. 50–65.

Yusuf, M. (1999) 'Model Rasio Pertumbuhan (OMRP)' sebagai Salah Satu Alat Analisis Alternatif dalam Perencanaan Wilayah dan Kota (Aplikasi Model: Wilayah Bangka-Belitung)', *Economics and Finance in Indonesia*, 47, pp. 219–234.