



02 Ekosistem Kota Kreatif Untuk Keberlanjutan Pembangunan SDM

05 Linimasa Singkat Perkembangan Program PMK3I

10 Pengalaman Britania Raya dan Korea Dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif

12

Bekraf Bersama Wali Kota Malang Meluncurkan Pedoman Kebutuhan Penguasaan Teknik Berbasis Industri Aplikasi Dan Pengembang Permainan

Foto : Bekraf Festival 2019



Foto : Bekraf.go.id

Oleh: Dr. Ir. Hari Santosa Sungkari, M.H
Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif

Ekosistem Kota Kreatif Untuk Keberlanjutan Pembangunan SDM

Program PMK3I (Penilaian Mandiri Kabupaten Kota Kreatif Indonesia) besutan BEKRAF (masih bernama Badan Ekonomi Kreatif pada saat disusun) ditujukan untuk menggali potensi ekonomi kreatif di kabupaten atau kota di Indonesia. Ini merupakan suatu proses yang berbentuk *bottoms up*. Kabupaten atau kota dibantu melalui PMK3I untuk mengenali dan menemukan salah satu dari 16 sub-sektor ekonomi kreatif yang dapat menjadi unggulan dari daerahnya. Dalam pelaksanaannya, Program PMK3I menekankan kolaborasi di antara para aktor ABCG yakni Academic (akademisi), Business (pebisnis), Community (komunitas) dan Government (pemerintah).

Sub-sektor yang terpilih sebagai unggulan dinilai dari 7 buah faktor yaitu sumber daya manusia,

infrastruktur dan teknologi, akses dan perluasan pasar, bahan baku, industri, kelembagaan dan pembiayaan. Dari ke tujuh faktor tersebut, diharapkan kabupaten atau kota tersebut akan mengetahui kekuatan dan kekurangannya, sehingga kemudian dapat menyusun rangkaian aksi untuk menyempurnakannya.

Salah satu visi Presiden Republik Indonesia adalah pembangunan sumber daya manusia khususnya manajemen talenta. Sektor pendidikan di kabupaten/kota seyogyanya diarahkan untuk mengisi peningkatan dan penambahan SDM di sub-sektor yang menjadi unggulan masing-masing, baik itu tenaga kerjanya maupun pengusahanya. Lembaga pendidikan yang sudah ada diharapkan dapat menyelaraskan kurikulumnya sesuai dengan kebutuhan

Presentasi Rencana Strategis dan Peta Jalan Kabupaten/Kota Kreatif (KaTa Kreatif) Indonesia 2019

Jakarta 4 Juni 2019



Foto : Bekraf.go.id

sub-sektor ekonomi kreatif yang diunggulkan. Jika belum ada institusi terkait dengan sub-sektor ekonomi unggulan, maka pembentukan lembaga pendidikannya patut menjadi prioritas.

Dengan lembaga pendidikan yang terkait tersebut, diharapkan ada peningkatan kualitas produk ekonomi kreatif yang tidak hanya dapat diserap oleh pasar domestik sekaligus dijadikan muatan ekspor. Produk-produk yang ditargetkan untuk pasar domestik diharapkan berperan sebagai substitusi barang impor. Untuk mencapai target peran tersebut, desain dan kualitas produknya harus menyamai standar produk impor yang biasa disukai dan dibeli oleh konsumen Indonesia.

Merujuk kepada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 maka

“Lembaga pendidikan yang sudah ada diharapkan dapat menyelaraskan kurikulumnya sesuai dengan kebutuhan sub-sektor ekonomi kreatif yang diunggulkan”

kita dapatkan strategi pengembangan sektor pariwisata melalui diversifikasi produk dan jasa untuk memperlama tinggal wisatawan mancanegara (wisman). Diharapkan rata-rata pembelanjaan per kedatangan (Average Spending Per Arrival atau ASPA) wisman akan mengalami peningkatan, sehingga terjadi peningkatan devisa yang signifikan yang diterima Indonesia. Salah satu yang diperkirakan akan

dibelanjakan oleh para wisman adalah produk ekonomi kreatif seperti oleh-oleh (kerajinan), fesyen, dan makanan, selain mereka diharapkan menyaksikan seni pertunjukan yang memanggungkan budaya dan kearifan lokal. Untuk menambah nilai estetis dan praktis, produk-produk ekonomi kreatif di destinasi wisata itu harus dibungkus ulang (*re-packaging*) yang sesuai dengan target wisman yang datang ke destinasi wisata tersebut. Beberapa kabupaten/kota yang sudah melakukan uji petik di tempat yang juga merupakan destinasi superprioritas pariwisata yakni Toba, Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo dan Likupang. Fakta ini layak dijadikan peluang sebagai *showcase* penjualan produk-produk ekonomi kreatif di

daerah tersebut dengan target market para wisman yang berkunjung ke destinasi tersebut yang pada akhirnya mencapai target dalam menghasilkan peningkatan pendapatan bagi masyarakat setempat sekaligus mendatangkan devisa negara.

Akhirul kata, Program PMK3I adalah untuk membantu kabupaten/kota diseluruh Indonesia dan kiranya mampu menghasilkan dan meningkatkan produk ekonomi kreatif sesuai dengan unggulannya yang dapat dikonsumsi pasar domestik maupun pasar internasional. Program PMK3I akan mendukung aktivasi destinasi pariwisata khususnya 5 Destinasi Super Prioritas.



Foto : Deputi Infrastruktur Bekraf

Linimasa Singkat Perkembangan Program PMK3I

Dimulai pada 2016, Program PMK3I mengalami perkembangan yang cukup signifikan sejak awal dirintis hingga berjalannya sampai sekarang. Program ini masih mengalami perbaikan dan pengembangan sistem untuk meningkatkan partisipasi daerah dalam menemukan potensi dan penyusunan peta ekraf Nasional.

2016

Pemeringkatan Kabupaten/Kota Kreatif

1 April

Kota Malang



Sosialisasi Program Pemeringkatan Kabupaten/Kota Kreatif

Sosialisasi pertama PMK3I (pada saat itu program pemeringkatan kabupaten / kota kreatif) diselenggarakan pertama kali bersamaan dengan pelaksanaan *Indonesia Creative Cities Conference*. Beberapa perwakilan Kabupaten / Kota yang hadir adalah Surakarta, Malang, Cimahi, Batu dan Sidoarjo

28 April

Kota Bandung

Diadakan simulasi pertama pengisian borang manual yang diikuti oleh Surakarta, Sidoarjo, Kota Cimahi, Kota Malang, Kota Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat.

Kota Bandung

Juli

Seleksi Asesor Program

Seleksi Asesor diadakan dalam 2 gelombang. Calon Asesor diminta menyiapkan Curriculum Vitae serta Karya tulis mengenai ekonomi kreatif. Seleksi administrasi diikuti oleh wawancara, presentasi, dan workshop yang diselenggarakan di Hotel Aryaduta Bandung sehingga menghasilkan 10 orang Asesor yang lolos seleksi dari 290 pendaftar



Jakarta

1-2 September



Daerah yang sebelumnya telah diundang sosialisasi, diundang kembali untuk mempresentasikan potensi ekonomi kreatif daerahnya. Perwakilan yang hadir antara lain Kabupaten Batang, Kota Bandung, Belitung, Konawe Selatan, Lhokseumawe, Tanjung Pinang, Balikpapan, Banjarmasin, Kayong Utara, Manado, Mempawah, dan Sidoarjo.

Jakarta

4 Agustus



Sosialisasi dan Simulasi kedua yang diikuti oleh perwakilan dari Kayong Utara, Kabupaten Batang, Kota Pekalongan, Belitung, Lhokseumawe dan Tanjung Pinang. Pada kesempatan ini dibentuk juga tim internal ekraf daerah yang hadir pada sosialisasi.

Oktober

Uji petik pertama dan validasi hasil pengisian borang Kayong Utara dan Belitung bertepatan dengan pelaksanaan Sail Selat Karimata.

November

Cimahi

Dilakukan uji petik dan validasi hasil pengisian borang Kota Cimahi. 10 orang asesor ditugaskan untuk melaksanakan uji petik ke tiga subsektor yakni Kuliner, Film Animasi Video, dan Fesyen. Pada uji petik ini dilakukan pemetaan potensi ekraf daerah dengan metode mind-map. Uji petik ini menghasilkan subsektor Animasi sebagai subsektor unggulan Kota Cimahi. Pada uji petik ini belum dilakukan model penandatanganan Berita Acara dengan Kepala Daerah.

November - Desember

Berturut-turut dilakukan uji petik Kota Tanjung Pinang, Kota Balikpapan, Kota Banjarmasin, Sidoarjo, dan Mempawah. Pada uji petik ini, mulai dilakukan dengan model penandatanganan Berita Acara oleh Kepala Daerah.

2017

Desember

Pekalongan



Dilakukan uji petik model simpul geografis pertama, dilaksanakan di Kota Pekalongan yang juga melibatkan Kabupaten Batang dan Kabupaten Pematang. Selain untuk meningkatkan konektivitas dan integrasi antar daerah, model simpul geografis dilakukan untuk efisiensi waktu dan percepatan program.

Penilaian Mandiri Kabupaten/ Kota Kreatif Indonesia (PMK3I)

Januari – Maret

Dilakukan evaluasi dan pemutakhiran program, serta perubahan judul kegiatan. Pemeringkatan diubah menjadi Penilaian Mandiri, prosedur uji petik juga dievaluasi dan dilakukan perbaikan yang diharapkan dapat mendorong partisipasi daerah.

1 - 15 Maret



Seleksi Asesor 2017

Seleksi administrasi dilakukan 3 Maret 2017 dan dilanjutkan dengan seleksi tahap II yaitu wawancara dan presentasi. Total pendaftar sebanyak 290 orang dan yang lolos hingga tahap wawancara dan presentasi sebanyak 80 peserta. Seleksi tahap II dilakukan di Semarang dengan model workshop. Tahap ini diikuti oleh 40 calon asesor hingga didapatkan 23 Asesor yang lolos sebagai Asesor PMK3I tahun 2017. Materi workshop meliputi pengenalan daerah, survey, asesmen potensi wilayah, paparan rantai nilai ekonomi kreatif, serta penilaian sikap dan karakter dari psikolog.

Maret

Peluncuran website kotakreatif.id sebagai platform pengisian borang online dan profil daerah yang telah diuji petik.

Februari



Uji Petik Kota Manado, menghasilkan subsektor Musik sebagai subsektor ekonomi kreatif unggulan daerah.

21 April

Sosialisasi & Workshop Pengisian Borang PMK3I

Sosialisasi PMK3I tahun 2017 dilakukan dengan mengundang perwakilan 24 kabupaten/kota dan 3 Provinsi. Perwakilan daerah mengisi borang online pada website kotakreatif.id dipandu oleh asesor.

23 Mei

Jakarta

Workshop Profil PMK3I/ Presentasi hasil pengisian borang

- Sebanyak 42 perwakilan Kabupaten/Kota dan 5 perwakilan Pemprov (Sumatera Selatan, DKI Jakarta, DI Yogyakarta, Jawa Tengah, dan Bengkulu) hadir pada kegiatan yang dilaksanakan di Hotel Grand Mercure. 42 perwakilan Kabupaten/Kota mempresentasikan hasil pengisian borang dan potensi ekraf di daerahnya.
- Rapat sosialisasi lanjutan dilaksanakan dengan perwakilan daerah dari Jawa Tengah, DIY, Tangerang, dan Palembang.

Mei - Juli

Revisi borang, revisi prosedur operasional standar, dan updating konten website

Juni - Juli

Uji Petik Kota Malang, Uji Petik Konahe Selatan, Uji Petik Kota Semarang.

15, 23-24 Agustus



Diskusikan Ekosistem Subsektor Ekonomi Kreatif dengan para pakar di tiap bidang subsektor ekraf

September

Uji Petik Kota Padang

Oktober



Uji Petik Simpul Geografis

Simpul Aceh (Bireuen & Sabang), Simpul Jawa Tengah (Solo, Grobogan, Sragen, Karanganyar), Simpul DKI, Banten, Jabar (Kota Bandung, Bandung Barat, Majalengka, Kota Bekasi, Kota Ambon, dan Simpul DI Yogyakarta.

Desember

Uji Petik Simpul Geografis NTT dan Bali

Simpul NTT (Ngada, Sikka, Manggarai Barat), Simpul Bali (Gianyar, Denpasar)

Jakarta

20-21 November

Sosialisasi uji coba borang baru

Peserta perwakilan pemerintah kab/kota Tanjung Pinang, Konawe Selatan, Manggarai Barat, dan Sleman. Peserta diundang dari daerah yang pernah berpartisipasi dalam program PMK3I maupun daerah yang akan diuji petik.



2018

Januari – Maret

Dilakukan evaluasi dan pemutakhiran program, pemutakhiran dokumen pedoman, penyempurnaan terhadap sistem termasuk website, mekanisme pengisian borang, dan penyederhanaan pertanyaan borang untuk user-friendly material.

28 Februari

Jakarta

Sosialisasi PMK3I untuk calon pengusul pada Sosialisasi Bantuan Pemerintah Deputy Infrastruktur di Hotel Alila Jakarta. Sebanyak 189 peserta yang hadir dapat berkonsultasi langsung mengenai prosedur PMK3I sebagai salah satu syarat penerima Bantuan Pemerintah.

21-24 Maret

Wonosobo



Uji petik simpul Wonosobo

Uji petik simpul Wonosobo yang melibatkan Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Magelang, dan Kota Salatiga. Merupakan masa peralihan borang model 2018 sehingga untuk sementara dilakukan pengisian borang manual

1 Maret

Jakarta



Simulasi SOP PMK3I 2018

Peserta perwakilan pemerintah kab/kota Tanjung Pinang, Konawe Selatan, Manggarai Barat, dan Sleman. Peserta diundang dari daerah yang pernah berpartisipasi dalam program PMK3I maupun daerah yang akan diuji petik.



Pada saat bersamaan juga ditandatangani Perjanjian Kerja Sama antara Direktorat Fasilitas Infrastruktur Fisik dengan Disporapar Provinsi Jawa Tengah untuk mengaktivasi ekosistem ekraf provinsi Jawa Tengah.

7 Mei

Peluncuran Aplikasi Kota Kreatif di Playstore

21-25 Mei

Uji Petik simpul Bandung yang melibatkan Kota Bandung, Kabupaten Bandung, dan Kota Cimahi. Uji Petik Kabupaten Garut juga dilakukan secara paralel.

Kota Bandung, Kab. Garut

Juni

Inisiasi penyusunan buku Kota Kreatif

5 Juli

Kota Bandung

Aktivasi Ekosistem Ekraf Kota Bandung

Pelatihan e-commerce oleh Alibaba untuk pelaku bisnis fesyen muslim diselenggarakan di Islamic Fashion Institute, dari Disbudpar Kota Bandung bekerjasama dengan Aksi Nusantara.

5 Juli

Semarang

Aktivasi Ekosistem Ekraf Jawa Tengah

FGD Creative Cities Synergis Forum. Inisiasi dari Disporapar Provinsi Jawa Tengah.

23 Juli

Kota Bandung

Aktivasi Ekosistem Ekraf Kota Bandung: Workshop Kreasi Film

Pendukung oleh Bekraf, Disbudpar Bandung dengan Narasumber KADIN, peserta dari komunitas fesyen hijab, kuliner, film, dan musik, diselenggarakan di Bandung Creative Hub.

Juli - Agustus

Uji Petik Majalengka, Uji Petik Kutai Kartanegara, Uji Petik Kota Banda Aceh, Uji Petik Kabupaten Padang Pariaman, Uji Petik Kabupaten Gorontalo

Oktober

Uji Petik Kabupaten Rembang; Uji Petik Kota Palembang.

14 September

Aktivasi Ekosistem Ekraf Seni Pertunjukan Bandung Raya

Kota Cimahi, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Bandung, dan Kota Bandung di NuArt Sculpture Park.

Kota Bandung

8 September

Aktivasi Ekosistem Ekraf Subsektor Fesyen: Workshop Export & E-Commerce for Fashion:

Indonesia Fashion Chamber, Lembaga Pembiayaan Ekspor, Universitas Binus Bandung, Alibaba e-commerce dan PMK31.

Juli - Agustus

Kota Surabaya

Talkshow Kota Kreatif & Peluncuran Buku KaTa Kreatif rangkaian Bekraf Festival.

Desember

Evaluasi Program



Januari-Februari

Evaluasi dan pemutakhiran program PMK3I, serta inisiasi program Pembentukan Kabupaten/Kota Kreatif (KaTa Kreatif) Indonesia sebagai tindak lanjut PMK3I

Maret

Uji Petik Kota Banjarbaru; Uji Petik Kabupaten Tanah Datar; Uji Petik Kota Bengkulu.

Maret-Mei

Perumusan instrumen seleksi, metoda, dan kriteria penilaian KaTa Kreatif serta Seleksi untuk Kabupaten/kota Uji Petik PMK3I tahun 2016-2018: Tahap 1: 52 kabupaten/kota; Tahap 2: 23 kabupaten/kota; Tahap 3: 10 nominasi Kabupaten/Kota Kreatif.

20 Juni

Penetapan 10 KaTa Kreatif 2019

SK Kepala Bekraf Nomor 84 Tahun 2019 tentang Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia 2019.

18 Juni

Seleksi & Pemilihan KaTa Kreatif

Kota Semarang, Kota Palembang, Kota Denpasar, Kota Surakarta, Kota Balikpapan, Kota Malang, Kabupaten Majalengka, Kabupaten Gianyar, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kabupaten Peming.

11-15 Juni

Validasi 10 Nominasi Kabupaten/Kota Kreatif



24 Juni

Workshop Penyusunan Rencana Strategis & Peta Jalan Pengembangan KaTa Kreatif

Kota Malang, Kota Palembang, Kab. Majalengka, dan Kab. Kutai Kartanegara.

20-22 Juli

Fasilitasi KaTa Kreatif Kab. Majalengka

Workshop City Branding "Majalengka Exotic Sundaland".

20-22 Juli

Uji Petik Kabupaten Deli Serdang; Uji Petik Kota Gunungsitoli.

4-6 Oktober

Fasilitasi KaTa Kreatif Kabupaten Kutai Kartanegara

Workshop Pengembangan & Penguatan Seni Pertunjukan "Kutai Kartanegara Magical Borneo".

10-12 September

Fasilitasi KaTa Kreatif Kota Palembang

Strategi Penguatan Ekosistem Kuliner Pempek "Cita Rasa Palembang Mendunia".

29-31 Agustus

Fasilitasi KaTa Kreatif Kota Malang

Pedoman Penguasaan Teknik Berbasis Industri Aplikasi & Game "Center for Digital Industry Development".

4-6 Oktober

Surakarta

KaTa Kreatif @Bekraf Festival 2019

Bincang Karya 10 Kabupaten/Kota Kreatif (KaTa Kreatif) Indonesia 2019: Siapa Saja Mereka? "Suatu Awal Membentuk Jejaring KaTa Kreatif Indonesia".



Dunia

Pengalaman Britania Raya dan Korea Dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif

Ketika Badan Ekonomi Kreatif dibentuk oleh Presiden Joko Widodo di tahun 2015 yang lalu, Indonesia memilih berkilat ke arah Britania Raya. Sebagai perintis pengembangan ekonomi kreatif, Britania Raya mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang *input* dan *output*-nya berupa gagasan dan produk kreatif. Aktivitas produk kreatif tersebut bukan hanya bentuk-bentuk seni tradisional, seperti halnya teater, musik, dan film akan tetapi mencakup pula bisnis jasa seperti iklan, proses manufaktur dan ritel barang kreatif.

Di bidang musik, salah satu sektor yang dimasukkan pemerintah ke kategori industri kreatif, Britania Raya masuk daftar laporan *Top 10 Global Recording Artist*. Ada banyak Kota Musik di Britania Raya diantaranya Manchester, Bristol, Birmingham, Cardiff, Brighton & Hove, Dundee, Bournemouth, dan Nottingham. Di kota-kota tersebut, musisi dan bisnis musik dapat berkembang karena adanya kebijakan-kebijakan yang “ramah musik”.

Britania Raya memang telah membuktikan bahwa industri kreatifnya mampu mengangkat perekonomian negara. Ada 13 subsektor industri kreatif



Foto : Pinterest

yang bernaung di bawah *Department for Culture, Media, and Sport* (DCMS), kementerian yang menangani industri kreatif di Britania Raya. Keseriusan penanganan sektor ini merambah ke peluang penyediaan lapangan kerja yang tersedia dan jalur pendidikan yang mendukung. Ada sekitar dua juta lapangan kerja yang melibatkan pekerja kreatif setempat maupun global. Kita mengenal petualangan Batman menelusuri jalan kota Gotham dengan Batmobile. Begitu pula dengan sang jagoan James Bond dalam film 007, Harry Potter, dan Star Wars: The Last Jedi yang mendunia. Tak kurang industri video game

Batman Arkham Night dari perusahaan game Rocksteady yang berbasis di London telah menyumbang keuntungan sebesar 5,11 milyar poundsterling di tahun 2017. Sektor industri kreatif di dunia musik dan fashion juga berperan mengangkat Britania Raya dilirik oleh aktor-aktor ekonomi kreatif di negara lain.

Di belahan bumi lain, Korea Selatan merupakan negara di Asia yang pertumbuhan ekonomi kreatifnya paling tinggi berkat K-Pop dan K-Drama. Industri kreatif Korea Selatan bukan hanya musik dan drama, tetapi juga ke sektor fashion hingga kuliner. Kesuksesan K-Pop dan budaya Korea tak lepas dari peranan pemerintah setempat dan rakyatnya untuk terus mengeksport kebudayaan mereka. Untuk mengembangkan sektor industri kreatif, pemerintah Korea Selatan memberikan dukungan secara berkelanjutan mulai dari suntikan modal, subsidi, hingga insentif pajak. Tak kurang dari miliaran dollar disuntikkan untuk mendukung peningkatan ekspor K-Pop.

Indonesia selama ini dikenal devisanya berasal dari minyak bumi dan sumber daya alam. Sumber

daya alam tersebut mulai menipis ketersediaannya, sehingga Indonesia harus mulai menggali potensi terbesarnya yaitu dari sumber daya manusia. Potensi tersebut antara lain potensi dalam berkreasi. Lima tahun terakhir ini telah terbukti adanya peningkatan kontribusi produk domestik bruto (PDB) dari sub sektor industri kreatif yang mencapai Rp. 1.105 triliun. Sektor ini menyerap banyak tenaga kerja hingga di atas 12 persen dari total angkatan kerja, terutama usia muda. Penyumbang utamanya berasal dari fesyen, kriya, dan kuliner. Catatan menunjukkan bahwa prioritas juga diberikan pada sub sektor animasi dan film, aplikasi dan gim, serta musik.

Baru-baru ini pemerintah Indonesia menerbitkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, yang tujuannya menjadi payung hukum bagi pelaku kreatif di Indonesia. Diharapkan dengan berlakunya undang-undang tersebut ekonomi kreatif berkembang menjadi andalan perekonomian Indonesia.

Oleh : Tri Wahyu Handayani





Foto : Deputi Infrastruktur Bekraf

KaTa Kreatif

Bekraf Bersama Wali Kota Malang Meluncurkan Pedoman Kebutuhan Penguasaan Teknik Berbasis Industri Aplikasi dan Pengembang Permainan Sebagai Acuan Kebutuhan Pengembangan SDM Kota Malang

Berdasarkan Keputusan Kepala Bekraf Nomor 84 Tahun 2019 tertanggal 19 Juni 2019 jo Keputusan Kepala Bekraf Nomor 83 Tahun 2019 tertanggal 18 Juni 2019 tentang Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia Tahun 2019, telah ditetapkan 10 (sepuluh) Kabupaten/Kota yaitu Kota Malang, Kabupaten Majalengka, Kota Palembang, dan Kabupaten Kutai Kartanegara. Adapun Kota Malang ditetapkan sebagai Kota Kreatif dengan sub sektor Aplikasi dan Gim di Pulau Jawa yang berpotensi menjadikan sebagai pendorong utama peningkatan ekonomi kota.

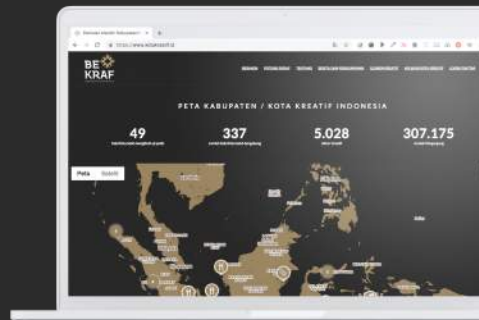
Sebagai tindak lanjut dari keputusan tersebut, Bekraf bersama para aktor ekonomi kreatif Kota Malang pada tanggal 29-31 Agustus 2019 melakukan kegiatan penyusunan Pedoman Kebutuhan Penguasaan Teknik Berbasis Industri Aplikasi dan Pengembang Permainan sebagai

acuan kebutuhan pengembangan SDM sub sektor aplikasi dan gim di Kota Malang dan pelaku ekonomi kreatif aplikasi dan gim pada umumnya. Pedoman tersebut sangat dibutuhkan untuk menanggapi masalah utama pada sub sektor Aplikasi dan Gim di Kota Malang yaitu kesenjangan antara kompetensi lulusan dari perguruan tinggi dengan kompetensi yang dibutuhkan oleh industri. Kegiatan ini dipandu oleh Adrianus Yoza Aprilio dari Dicoding Academy sebagai narasumber utama, Restya Winda Astari dari Agate Academy, dan Syahrul Aminullah Kasubdit Pengembangan Sistem Mutu Dit. Penjaminan Mutu Kemristekdikti RI.

Peluncuran pedoman dilakukan oleh Wali Kota Malang Drs. Sutiaji pada hari Sabtu 31 Agustus 2019 di Kota Malang, dengan arahan “Kota Malang sebagai pusat produksi berbasis teknologi digital yang humanis, futuristik dan berkelas dunia”.

Amar Alpabet selaku perwakilan tim penyusun pedoman memberikan pernyataan bahwa, “Fokus pengembangan sub sektor aplikasi dan gim Kota Malang adalah untuk menjadi *Center for Digital Industry Development*. Pada fase pertama hingga akhir tahun 2019, kita mengangkat ‘Malang Bersinergi’, lalu fase kedua hingga 2021 ‘Malang Berdaya’, fase ketiga hingga 2023 ‘Malang Mendunia’. Ini semua akan kita aktivasi melalui laman malang.digital”.

Lebih lanjut, Selliane Halia Ishak selaku Direktur Fasilitas Infrastruktur Fisik Bekraf menyatakan bahwa fasilitas dan pendampingan ini merupakan salah satu bentuk dukungan Bekraf kepada Kota Kreatif Malang yang diharapkan menjadikan ekonomi kreatif sebagai penggerak utama perekonomian Kota Malang.



Kantor:
Gedung Kementerian BUMN, Lt 15, 17, 18
Jl. Medan Merdeka Selatan No. 13,
Jakarta Pusat - 10110

Email : info@kotakreatif.id

Tim Redaksi :

Ramalis Subandi, Tri Wahyu Handayani, Elizabeth Tioria Gurning, Juni Soehardjo, Adib Toriq, Kusumaningdyah Nurul Handayani, Raden Zulfikar, Resya Wulanningsih, Fariz Rizky Wijaya, Dian Prasetya Hantoroputri,