



SALINAN

BUPATI MAHAKAM ULU
PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

PERATURAN BUPATI MAHAKAM ULU
NOMOR 16 TAHUN 2024

TENTANG

ROADMAP PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DAERAH
TAHUN 2023-2027

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

BUPATI MAHAKAM ULU,

- Menimbang :
- a. bahwa dalam rangka meningkatkan daya saing daerah dan kontribusi usaha kreatif dalam perekonomian Kabupaten Mahakam Ulu, diperlukan pengembangan ekonomi kreatif untuk menunjang transformasi ekonomi daerah sehingga dapat mengangkat potensi ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu;
 - b. bahwa Kabupaten Mahakam Ulu memiliki potensi untuk pengembangan usaha ekonomi masyarakat pada potensi alam dan usaha mikro kecil dan menengah melalui pengembangan usaha-usaha ekonomi kreatif;
 - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Bupati tentang *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah Tahun 2023-2027;

- Mengingat :
1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
 2. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang

Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);

3. Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);
4. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2013 tentang Pembentukan Kabupaten Mahakam Ulu di Provinsi Kalimantan Timur (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 17, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5395);
5. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);
6. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif—(Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021

tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 17, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6619);

8. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018 - 2025 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 nomor 272);
10. Peraturan Gubernur Kalimantan Timur Nomor 42 Tahun 2021 tentang Roadmap Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2021 - 2025 (Berita Daerah Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2021 Nomor 42);

MEMUTUSKAN

Menetapkan : PERATURAN BUPATI TENTANG ROADMAP PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DAERAH TAHUN 2023-2027.

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Bupati ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kabupaten Mahakam Ulu.
2. Bupati adalah Bupati Mahakam Ulu.
3. Pemerintah Daerah adalah Bupati sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom Kabupaten Mahakam Ulu.
4. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Bupati dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
5. Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari suatu ide atau gagasan kekayaan intelektual yang mengandung keorisinalan, lahir dari kreativitas intelektual manusia, berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, keterampilan, serta warisan budaya.
6. *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah adalah dokumen perencanaan yang menjadi acuan dalam pengembangan dan penerapan kebijakan Ekonomi Kreatif Kabupaten untuk periode Tahun 2023 - 2027.

Pasal 2

1. Peraturan Bupati ini dimaksudkan sebagai pedoman bagi Pemerintah Daerah, pelaku ekonomi kreatif dan pemangku kepentingan dalam menyelenggarakan pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah.
2. Kedudukan Roadmap Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah sebagai pedoman bagi Pemerintah Kabupaten Mahakam Ulu dan para pemangku kepentingan pembangunan kota dalam:
 - a. penyusunan dokumen perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, monitoring, evaluasi dan pelaporan pembangunan; dan
 - b. koordinasi dan sinkronisasi pembangunan daerah dari berbagai pihak.

Pasal 3

Peraturan Bupati ini bertujuan untuk:

- a. memberikan kerangka strategis pengembangan Ekonomi Kreatif;
- b. mendorong partisipasi dan kolaborasi pemangku kepentingan dalam pengembangan Ekonomi Kreatif; dan
- c. mendorong terselenggaranya pengembangan Ekonomi Kreatif melalui pengembangan kreativitas sumber daya manusia Ekonomi Kreatif dan pengembangan usaha kreatif Pelaku Ekonomi Kreatif.

Pasal 4

Roadmap Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah Tahun 2023-2027 berkedudukan sebagai pedoman/acuan bagi Pemerintah Daerah dalam menentukan:

- a. arah kebijakan pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah dan
 - b. strategi dan kebijakan pengembangan Ekonomi Kreatif.
- (1) Ruang lingkup *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah mengacu pada Rencana Pembangunan Daerah meliputi:
 - a. musik;
 - b. kriya;
 - c. desain produk ;
 - d. Fashion ;
 - e. Kuliner ;
 - f. fotografi; dan
 - g. seni pertunjukkan.
 - (2) Ruang lingkup sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dengan program kerja Perangkat Daerah.
 - (3) Program kerja Perangkat Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) juga termasuk didalamnya program kerja yang bersifat partisipasi dan/atau koordinatif dari pemangku kepentingan, meliputi :
 - a. masyarakat/komunitas kreatif;
 - b. swasta;
 - c. perguruan tinggi; dan/atau
 - d. lembaga pemerintah lainnya.

BAB II
ROADMAP PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF

Pasal 5

- (1) *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah Tahun 2023-2027 sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 disusun dengan sistematika sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan;
 - b. Visi dan misi pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah; visi, misi, dan tujuan pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah;
 - c. Kebijakan, strategi dan sasaran pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah;
 - d. Gambaran umum dan hasil kajian; dan
 - e. Penutup.

- (2) Uraian sistematika *Roadmap* Tahun 2023-2027 sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan strategi program beserta pentahapannya tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Bupati ini.

BAB IV
PEMBIAYAAN

Pasal 6

Pembiayaan dalam pelaksanaan *Roadmap* Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah bersumber dari:

- a. anggaran pendapatan dan belanja Daerah; dan
- b. sumber lain yang sah dan tidak mengikat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB VI
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 7

Peraturan Bupati ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Bupati ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kabupaten Mahakam Ulu.

Ditetapkan di Ujoh Bilang
Pada tanggal 9 Agustus 2024
BUPATI MAHAKAM ULU,

ttd


BONIFASIUS BELAWAN GEH

Diundangkan di Ujoh Bilang
pada tanggal 9 Agustus 2024
SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN MAHAKAM ULU,

ttd

STEPHANUS MADANG

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BAGIAN HUKUM,



ARSENIUS LUHAN, SE, M. Hum
NIP. 19820402 201001 1 016

LAMPIRAN

PERATURAN BUPATI MAHAKAM ULU NOMOR 16 TAHUN 2024 TENTANG
ROADMAP PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN MAHAKAM
ULU TAHUN 2023-2027

**ROADMAP PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN MAHAKAM
ULU
TAHUN 2023-2027**

**BAB I.
PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif (ekraf) telah menjadi salah satu agenda utama untuk percepatan pembangunan ekonomi Indonesia. Dalam perspektif yang lebih luas, perkembangan dunia telah menunjukkan secara nyata bahwa Kabupaten-Kabupaten dengan karakter kuat bisa menjadi sumber ekonomi kreatif dan itu bukan ditopang oleh sumber daya alam (SDA) yang melimpah. Kabupaten-Kabupaten tersebut lebih mengandalkan infrastruktur, kenyamanan dan keramahan, serta aktifitas seni-budaya yang atraktif dan konsisten. Kecenderungan demikian juga menjadi arus utama di sejumlah Kabupaten di Indonesia termasuk di Kabupaten Mahakam Ulu. Kabupaten ini bercirikan Kabupaten *semi-urban* yang terus bertumbuh dari segi jumlah penduduk, jumlah kaum muda, jumlah bakat yang tersedia, dan kegiatan perekonomian. Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran bersama untuk merealisasikan Kabupaten Mahakam Ulu sebagai Kabupaten kreatif yang mampu mengeksperesikan potensi, bakat, dan sumber daya lainnya untuk memberikan nilai tambah dan manfaat bagi penduduk Kabupaten.

Dukungan ekonomi digital bagi sumber daya manusia, khususnya mereka yang bergerak di sektor jasa dan pelayanan, memang belum optimal untuk sepenuhnya menjalankan faktor ekonomi, sehingga untuk negara-negara berkembang masih memerlukan proses dan waktu yang panjang. Walaupun tidak ada data yang menyebutkan secara implisit mengenai tren atau pola pertumbuhan ekonomi kreatif, tetapi publikasi dari pemerintah (baik di lingkup lokal, provinsi, ataupun nasional) hanya mengaitkan struktur ekonomi kreatif yang cenderung ditonjolkan kepada bidang pariwisata, semisal dokumentasi yang diterbitkan oleh Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia seputar statistik tenaga kerja pariwisata, statistik upah tenaga kerja pariwisata, dan statistik industri pariwisata yang dikaitkan dengan konteks ekonomi kreatif. Untuk itu, laporan ini mencoba untuk lebih konsen, fokus, dan menyoroti lintas sektor yang menumbuhkembangkan dan membangun pondasi ekonomi kreatif, misalnya sektor industri pengolahan, sektor perdagangan, sektor penyediaan akomodasi dan makan-minum, serta sektor jasa lainnya. Sebagai ilustrasi, ada relasi yang inklusif antara lapangan usaha yang disebutkan diatas untuk membentuk ekonomi kreatif. Walaupun ada dinamika sejak beberapa periode belakang, fungsi dari keempatnya begitu berkontribusi krusial untuk merangsang ekonomi kreatif. Fakta tersebut tidak terlepas dari kompilasi diantara sektor yang terlibat dalam mendorong kinerja ekonomi kreatif. Disamping itu, nilai pertambahan atau yang kerap disebut dengan *value added* yang tercermin menghasilkan *output* produk (jasa dan barang) per kapita dalam kurun waktu tertentu, juga berbicara mengenai pasar angkatan kerja yang terserap relatif dominan disuatu sektor ekonomi. Dengan kata lain, pertambahan nilai *output* di periode tertentu dapat melahirkan kreativitas baru

yang berimplikasi pada kekuatan manufaktur. Menuju ekonomi kreatif secara ekspansif memanglah tidak mudah. Akan tetapi, dengan memahami, memanfaatkan, memperluas, maupun menerima keberadaan intensitas komunikasi dan teknologi, memungkinkan penciptaan ekonomi kreatif yang terpadu.

Sebagai komparasi, kontribusi dai Produk Domestik Bruto (PDB) untuk skala Indonesia ataupun kontribusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di level Kalimantan Timur dan Mahakam Ulu yang tercermin dari keempat sektor yang menjadi bagian vital dalam mendukung ekonomi kreatif masih terlihat fluktuatif. Menggunakan PDB dan PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) yang menyiratkan agregat dan pergeseran struktur ekonomi dalam durasi tertentu, diketahui bahwa ada peluang untuk diberdayakan. Ambil contoh, pada sektor industri pengolahan, kecenderungan distribusi pertumbuhan dari sektor tersebut terhadap PDB lebih dominan ketimbang terhadap PDRB. Artinya, peranan sektor industri pengolahan dalam membentuk pertumbuhan ekonomi di tingkat Indonesia dan Kalimantan Timur jauh lebih tinggi dari pada level Mahakam Ulu. Secara akumulasi, distribusi rata-rata sektor industri pengolahan bagi PDB Indonesia mencapai 19,53%. Di periode serupa (2017–2022), rata-rata distribusi sektor industri pengolahan terhadap PDRB Kalimantan Timur dan Mahakam Ulu adalah 17,8% dan 0,54%. Secara spesifik, kontribusi dari sektor ini terhadap PDB jauh lebih besar dari pada lingkup PDRB. Sejak enam periode terakhir, distribusi rata-rata sektor perdagangan bagi PDB Indonesia sebesar 18,34%. Adapun peranan dari sektor ini terhadap PDRB Kalimantan Timur ataupun Mahakam Ulu yakni 5,73% dan 4,74%.

Menelaah sektor fungsi dari sektor penyediaan akomodasi dan makan-minum terhadap PDB Indonesia dan PDRB Kalimantan Timur–Mahakam Ulu, selaras dengan uraian sebelumnya, dimana peranannya masih lebih unggul di tingkat Indonesia ketimbang daerah provinsi dan kabupaten. Secara proporsi, adapun distribusi rata-rata dari sektor ini bagi PDB sebesar 2,63% selama 2017–2022. Secara teknis, juga disimpulkan bahwa distribusi rata-rata dari bidang penyediaan akomodasi dan makan-minum dalam membentuk PDRB Kalimantan Timur dan Mahakam Ulu adalah 0,96% dan 0,13%. Secara eksplisit, meski peranan dari sektor jasa lainnya bagi PDB dan PDRB tampak tidak sebegitu antusias ketimbang ketiga sektor lainnya dalam mendukung ekonomi kreatif, namun diproyeksikan akan mengalami tren pertumbuhan yang impresif di masa depan. Adapun distribusi rata-rata dari sektor jasa lainnya terhadap PDB Indonesia serta PDRB Kalimantan Timur dan Mahakam Ulu dengan capaian masing-masing sebesar 1,86%, 0,64%, dan 0,06%.

Pemerintah sebagai *policymakers* telah menyadari pentingnya ekonomi kreatif dan pentingnya kebijakan yang membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Pemerintah telah menyusun landasan hukum bagi pengembangan ekonomi kreatif, dimana salah satunya adalah Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif (Rindekraf) Nasional 2018–2025. Rindekraf memiliki visi untuk menjadikan Ekonomi kreatif sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional. Kebijakan ini mengamanatkan adanya pendelegasian pelaksanaan Rindekraf, salah satunya ke Pemerintah Daerah sesuai dengan bunyi Perpres Rindekraf Pasal 7 Ayat (2), yaitu: *“Ketentuan mengenai penyelenggaraan Rindekraf sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan peraturan Menteri/ Kepala Lembaga non Kementerian dan Peraturan Daerah sesuai dengan kewenangan masing-masing”*.

Hal ini juga sejalan dengan program pembangunan pemerintah Kabupaten Mahakam Ulu yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Mahakam Ulu Tahun 2021–2026 dengan visinya *“Membangun Mahulu untuk semua sejahtera, berkeadilan (Jilid II)”*, serta erat

kaitannya dengan misi ke-2 RPJMD Kabupaten Mahakam Ulu, yaitu “Meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan memanfaatkan potensi SDA, memberdayakan usaha ekonomi kecil menengah yang berbasis kerakyatan dan perluasan lapangan kerja termasuk pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata dan kearifan lokal”. Menindaklanjuti hal tersebut, supaya pengembangan ekonomi kreatif lebih terarah, berkesinambungan, dan menyentuh nilai tambah yang tinggi, maka perlu dilakukan penyusunan *roadmap* (peta jalan) pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu sehingga diperoleh identifikasi potensi, permasalahan, penentuan arah, strategi, serta kebijakan ekonomi kreatif.

Perpres Rindekraf pada Pasal 6 Ayat (1) juga telah mengidentifikasi 17 subsektor ekonomi kreatif yaitu: (1) *game developer*; (2) arsitektur; (3) desain interior; (4) desain komunikasi visual; (5) desain produk; (6) *fashion*; (7) film, animasi, dan video; (8) fotografi; (9) kriya; (10) kuliner; (11) musik; (12) penerbitan; (13) periklanan; (14) seni pertunjukan; (15) seni rupa; (16) televisi dan radio; serta (17) aplikasi. Untuk merangsang fokus *roadmap* ekonomi kreatif, maka dokumen ini berfokus pada paradigma bahwa keseluruhan subsektor di atas bisa saling terhubung dan menguatkan satu sama lain. Sejumlah subsektor yang telah terbukti menjadi penopang ekonomi dan mayoritas dalam hal bidang usaha di Kabupaten Mahakam Ulu, yaitu: kuliner, kriya, dan *fashion*, dan subsektor yang telah dibedah oleh Badan Ekonomi Kreatif sebagai lokomotif ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu, yaitu seni pertunjukan, dan subsektor yang mendukung subsektor tersebut sebelumnya dan juga bisa menjadi sumber pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang, yaitu aplikasi, film, animasi dan video, dan periklanan.

Perpres Nomor 142 Tahun 2018 telah merumuskan strategi tahap dua (2020 dan 2025), seperti menggerakkan kolaborasi diantara segenap pemangku kepentingan dan memanfaatkan teknologi dan inovasi dari hasil riset, serta memperluas akses pendanaan pelaku usaha kreatif. Menindaklanjuti hal itu, diperlukan rincian yang mengikutkan konteks Kabupaten Mahakam Ulu dan situasi terkini yang memengaruhi implementasi strategi Rindeknas di level Kabupaten Mahakam Ulu. Dokumen *roadmap* ini adalah panduan pelaksanaan implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu yang berbasis kolaborasi dengan memasukkan segenap pemangku kepentingan dalam konsep *pentahelix* plus peraturan (*hexahelix*). Masukan paling berharga akan berasal dari pelaku industri kreatif, dan pada realitanya, relasi antara misi ekonomi kreatif Kabupaten dan versi dari pelaku industri akan menentukan dinamika ekonomi kreatif Kabupaten dan wajah ekonomi Kabupaten secara keseluruhan.

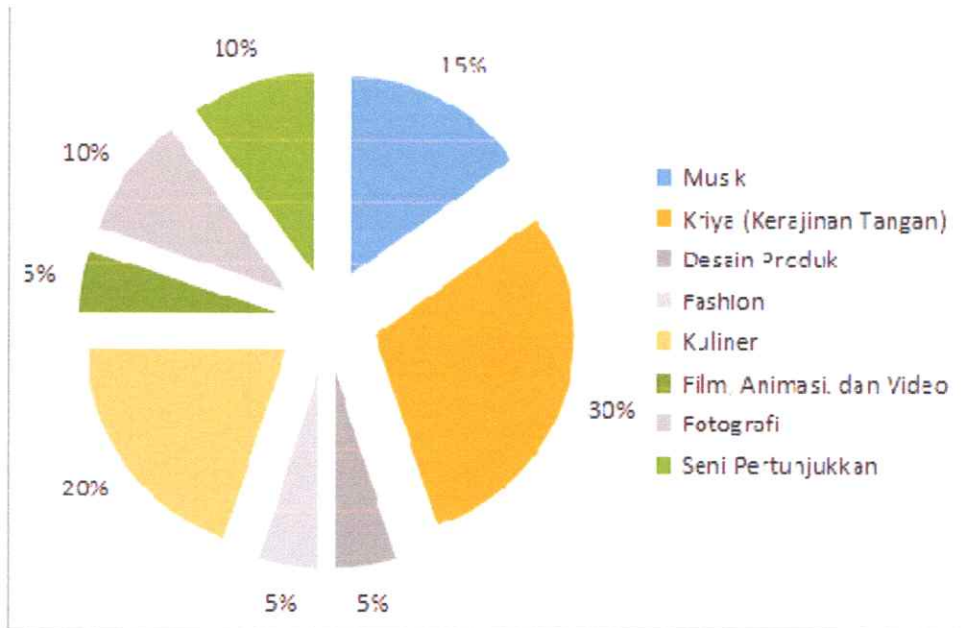
Maksud kegiatan perencanaan pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu Tahun 2023-2027 disusun dalam bentuk dokumen naskah akademik (*roadmap* pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu tahun 2023-2027) adalah sebagai pedoman pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu agar lebih efektif, efisien, dan tepat sasaran. Sementara itu, tujuan yang ingin dicapai adalah tersedianya perencanaan pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu Tahun 2023-2027 melalui basis potensi ekonomi lokal dalam rangka mencapai target dan sasaran Rindekraf Nasional tahun 2018-2025 dan RPJMD Kabupaten Mahakam Ulu tahun 2019-2024. Sasaran dari kegiatan perencanaan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu Tahun 2023-2027 adalah sebagai berikut: (1) Identifikasi potensi dan permasalahan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu; (2) Perumusan visi dan misi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu; (3) Merancang tujuan dan sasaran pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu; (4) Menginduksi program dan indikasi kegiatan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu (meliputi arah kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi

kreatif, serta program-program yang akan dilakukan); serta (5) Rencana aksi dan lini waktu pelaksanaan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif.

B. Profil Ekonomi Kreatif Kabupaten Mahakam Ulu

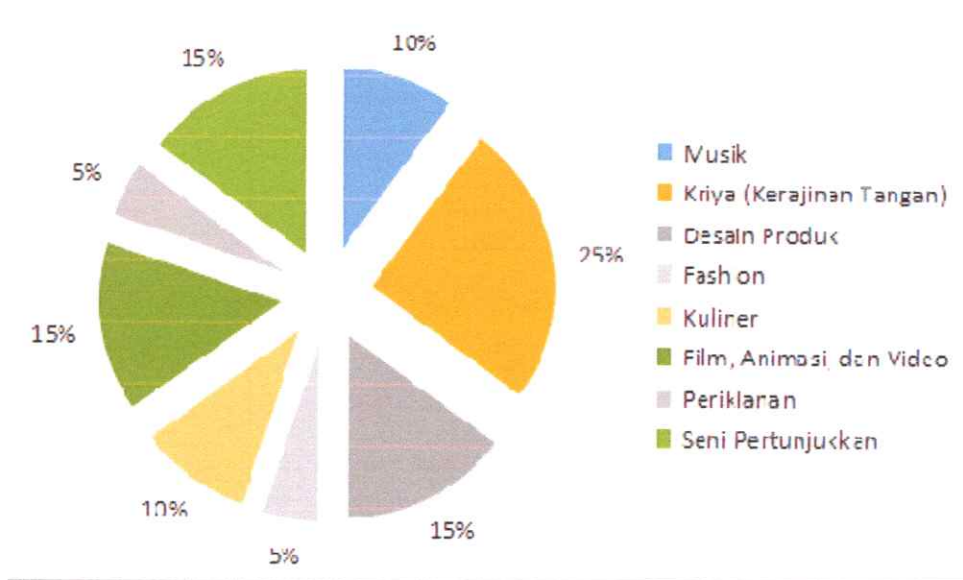
Roadmap ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu tahun 2023-2027 ini didesain untuk mengakomodasi aspirasi pelaku ekonomi kreatif dari seluruh subsektor dan segenap pemangku kepentingan, terutama mereka yang tergabung dalam model *hexa-helix*. Teknik ini melengkapi model *penta-helix* dengan mempertimbangkan aspek peraturan dan undang-undang. Aspirasi pelaku dan mereka dalam ekosistem ekonomi kreatif (akademisi, pelaku bisnis, komunitas, pemerintah, media). Analisa data dilakukan dari survei pelaku dan konsumen produk ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu, wawancara, dan *Focus Group Discussion (FGD)*, serta rekapitulasi/kompilasi data sekunder semisal dokumen kebijakan dan RPJMD Kabupaten Mahakam Ulu Tahun 2019-2024. Dengan demikian, aspirasi pelaku usaha dan komunitas termasuk konsumen ekonomi kreatif adalah modal utama terbentuknya dokumen ini. Aspek peraturan dan kebijakan yang memayungi ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu juga menjadi dasar bagi *roadmap* ini sehingga kreatifitas bisa sesuai dengan kondisi riil, seperti peraturan dalam keuangan dan birokrasi pemerintah Kabupaten. Secara singkat, *roadmap* ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu ini adalah perwujudan aspirasi pelaku ekonomi kreatif yang melingkupi ekosistem ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu secara keseluruhan.

Mengingat keterbatasan pembiayaan kajian, waktu, tenaga, belum ada data monograf yang memotret gambaran ekraf di Kabupaten Mahakam Ulu, dan jarak antar Kecamatan yang saling berjauhan, maka observasi studi ini dilakukan sebagai *pioneer* dengan basis dua puluh sampel ($N = 20$). Sesuai dengan perincian metodologi penyusunan, unit sampel dibagi merata/berimbang berdasarkan wilayah dan profesi utama informan, dimana ada lima area yang menjadi fokus ($F = 4$ atau sampel = 20%) per Kecamatan serta profesi responden (PNS, pelaku ekraf, pemangku adat, dan komunitas yang diwakili oleh Pokdarwis) juga merata dengan frekuensi masing-masing diwakili oleh 5 sampel (25%). Dari Tabel 1, disimpulkan bahwa mayoritas informan berusia 51-60 tahun (35%), 31-40 tahun (30%), dan 20-30 tahun (20%), sedangkan yang 15% adalah mereka yang berumur 41-50 tahun. Sepanjang wawancara, tidak ditemukan responden yang berusia diatas 60 tahun. Umumnya, responden berjenis kelamin perempuan dari pada laki-laki dengan perbandingan 60% dan 40%. Dari latar belakang pendidikan, diantaranya merupakan lulusan Perguruan Tinggi dan berhasil menyandang gelar Diploma (5%), Sarjana (20%), dan Magister (20%). Sementara itu, 25% bersertifikat SMP/SLTP atau sederajat, serta 30% berijazah SMA/SMK. Otomatis, dengan pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal, setidaknya menjadi dasar untuk menyalurkan minat maupun menambah wawasan, khususnya perihal ekonomi kreatif. Sampai sekarang, sebagian responden menyatakan bahwa ada beberapa sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh pemerintah, diantaranya yang terpampang di Gambar 1 yakni: musik (15%), kriya (30%), desain produk, fashion, serta film, animasi, dan video masing-masing adalah 5%, kuliner (20%), dan fotografi ataupun seni pertunjukkan (10%).



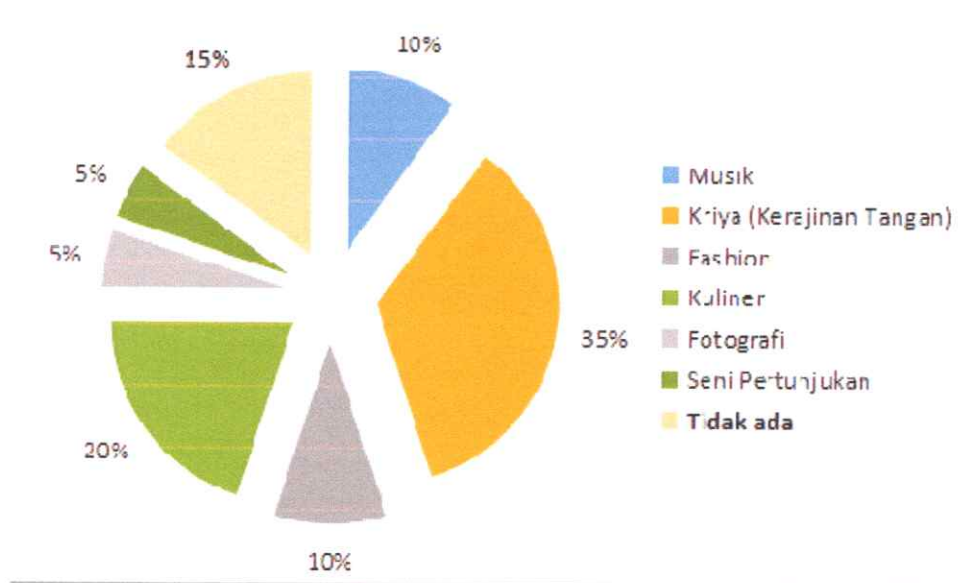
Gambar 1.
Sektor Ekraf yang Dikembangkan oleh Pemerintah

Sepengamatan tim penyusun mengacu penelusuran selama survey, beberapa alasan yang melatarbelakangi kesepuluh sektor ekonomi kreatif yang dirangsang dan didorong oleh pemerintah karena sudah ada sejak dulu. Artinya, seperti musik daerah, kriya, kuliner, dan seni pertunjukkan memang dari lama telah diwariskan oleh nenek moyang dan diteruskan oleh generasi sekarang sebagai bagian dari tradisi leluhur yang harus diselenggarakan. Ambil contoh, misalkan musik, kriya, kuliner, dan seni pertunjukkan yang menjadi satu padu dengan pelaksanaan vestifal lokal yang kerap ditampilkan ketika momen spesial seperti peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia ataupun upacara yang berkaitan dengan adat-istiadat. Hanya saja, empat ragam ekraf lainnya (desain produk, fashion, serta film, animasi, dan video maupun fotografi) cenderung diminati dan menjadi bagian dari budaya baru yang digerakkan oleh generasi milenial yang berusia muda. Terlepas dari cita-cita untuk meneruskan tradisi, mereka juga relatif menggemari sektor ini karena ditunjang oleh informasi dan teknologi yang semakin pesat. Bahkan, beberapa diantaranya dipadukan yang justru melahirkan konsep ekraf baru. Sejalan dengan fakta tersebut, rupanya ekraf yang sedang diprioritaskan oleh pemerintah berkaitan dengan apa yang dikembangkan oleh pemerintah. Dari ketujuh belas ragam ekraf, para informan menanggapi hanya beberapa yang ditonjolkan pemerintah lokal, meliputi: musik (10%), kriya (25%), desain produk (15%), fashion (5%), kuliner (10%), film, animasi, dan video (15%), periklanan (5%), serta seni pertunjukkan (15%) seperti yang terangkum di Gambar 2.



Gambar 2.
Potensi Ekraf yang Diprioritaskan

Seperti yang diketahui, sebagian besar sumber pendanaan ekraf di Kabupaten Mahakam Ulu condong dibiayai oleh APBD Kabupaten (55%) dan sebagian dari CSR (25%) dan APBD Provinsi (20%). Fakta lainnya yang ditunjukkan oleh Tabel 1 dibawah, bahwa selain peran pemerintah (dalam hal ini Dinas Pariwisata, Pemuda & Olahraga) dalam pengembangan ekraf, rupanya juga ada keterlibatan dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Kampung (55%) dan Dinas Sosial (45%). Rata-rata pelaku ekonomi kreatif yang ada di sekitar tempat tinggal atau tempat kerja berdasarkan apa yang diketahui oleh responden adalah 1–3 orang (50%), 4–6 orang (30%), dan ada juga yang lebih dari 6 orang penggiat ekraf sekitar 20%. Uniknnya, dari beberapa sektor ekonomi kreatif yang ditekuni atau dikelola sendiri saat ini, 10% diantaranya mengakui menggeluti musik, 35% kriya, 20% fashion, 20% kuliner, 5% fotografi, dan 5% seni pertunjukkan (perhatikan Gambar 3). Ada 15% informan yang menyatakan jika mereka tidak menekuni ekraf dengan alasan karena memang bekerja sebagai ASN (aparatur Kampung) sehingga tidak memungkinkan bekerja di sektor ekraf tetapi memiliki inisiatif dalam menjembatani dan menggerakkan sektor itu, sudah tidak bergerak di ekraf atau dengan kata lain pensiun dan dilanjutkan oleh pelaku lain, serta ada juga sebagian kecil yang profesinya menjadi perangsang ekraf seperti Pokdarwis yang bertugas untuk memonitor, melakukan evaluasi, panitia, penghimpun, perwakilan, maupun manajemen ekraf. Dari 17 responden yang tersisa dan tergolong sebagai informan kunci, 52,9% atau lebih dari setengahnya menyatakan telah menekuni usaha ekraf ini sejak 11–15 tahun yang lalu. Disamping itu, 23,5% menyatakan menekuni kisaran 1–5 tahun, lalu jika digabungkan, 23,6% menyatakan telah terjun di dunia ekraf secara bervariasi, yaitu 6–10 tahun dan ada pula diatas 15 tahun. Artinya, tingkat lama durasi dalam menekuni ekraf, semakin menentukan kedewasaan usaha yang ada.



Gambar 3.
Sektor Ekraf yang Ditekuni/Dikelola Saat Ini

Sumber ide/gagasan dalam menyalurkan ekraf, diperoleh dari latar belakang keahlian dan pendidikan (47,1%), lingkungan/komunitas (35,3%), dan sisanya berasal dari kursus (17,6%). Sampai dengan kuesioner ini dibagikan, 58,8% merespon bahwa telah mengetahui keberadaan ekraf, tetapi 41,2% diantaranya justru tidak mengenal kehadiran ekraf alias menjalankan usaha tanpa ada unsur wawasan mengenai ekraf. Pada pertanyaan “wawasan seputar ekraf”, 64,7% responden menganggap bahwa telah menindaklanjuti prospek dan tantangan, 29,4% mengupayakan ekraf melalui perkembangan usaha, dan 5,9% pernah mendengar singkat atau hanya sebatas definisi. Intinya, 88,2% telah menghasilkan satu variasi produk dan 11,8% sudah menjalankan dua produk ekraf. Kelemahan kinerja ekraf, tampak dari target pasar produk, dimana 58,8% masih terorientasi di level Kalimantan Timur, 41,2% masih sebatas di lingkup Mahakam Ulu, serta belum ada yang terdistribusi ke luar daerah semisal menjangkau tingkat domestik maupun luar negeri. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dalam memproduksi produk ekraf. Sebagai gambaran, berdasarkan jumlah karyawan, 41,2% memang dibantu oleh lebih dari 5 tenaga kerja, tetapi tetap kurang signifikan melihat potensi ekraf yang luar biasa di Mahakam Ulu. Belum lagi, 35,3% informan mengaku hanya mempekerjakan 1–4 tenaga kerja dan ada juga dibantu oleh kalangan keluarga (23,5%). Setidaknya, dengan memberdayakan karyawan, 52,9% merasa cukup terbantuan dan 47,1% beranggapan justru sangat berperan karena kehadiran karyawan begitu krusial dalam proses produksi. Yang jelas, semua informan mendukung bahwa infrastruktur sangat esensial terhadap kemajuan ekraf.

Ditinjau dari modal usaha, 52,9% ekraf didanai dari modal sendiri atau merupakan tabungan responden, 11,8% adalah pinjaman bank atau lembaga penyalur kredit sejenis, dan 35,3% adalah modal bersama atau yang biasa disebut dengan *sharing funding* dengan sistem bagia hasil untuk setiap keuntungan produk yang laku terjual. Seluruh responden juga menegaskan bahwa selama ini mengalami kendala dalam pengembangan ekraf. Sebagaimana telaah wawancara, masalah dominan kerap ditemui/dijumpai yakni kendala klasik mencakup: 35,3% distribusi, 29,4% finansial, 17,6% pemasaran, 11,8% SDM, serta 5,9% bahan baku. Untuk mengatasi persoalan diatas, skenario alternatif yang ditempuh oleh pelaku ekraf cukup jitu, diantaranya membuka jaringan pasar (64,7%) dan akses kemitraan (35,3%). Untuk itu, 88,2% responden menitikberatkan pada perbaikan infrastruktur

fisik dan 11,8% sisanya terkonsen pada perbaikan infrastruktur non-fisik. Infrastruktur fisik semisal: jalan, jembatan, pasar, rumah adat, listrik, air bersih, gedung budaya, dan museum, sedangkan infrastruktur non-fisik berupa: kelembagaan ekonomi (seperti Perusda, koperasi, dan Badan Usaha Milik Kampung), lembaga adat, koperasi, internet, dan *website*.

Tabel 1.
Karakteristik Responden

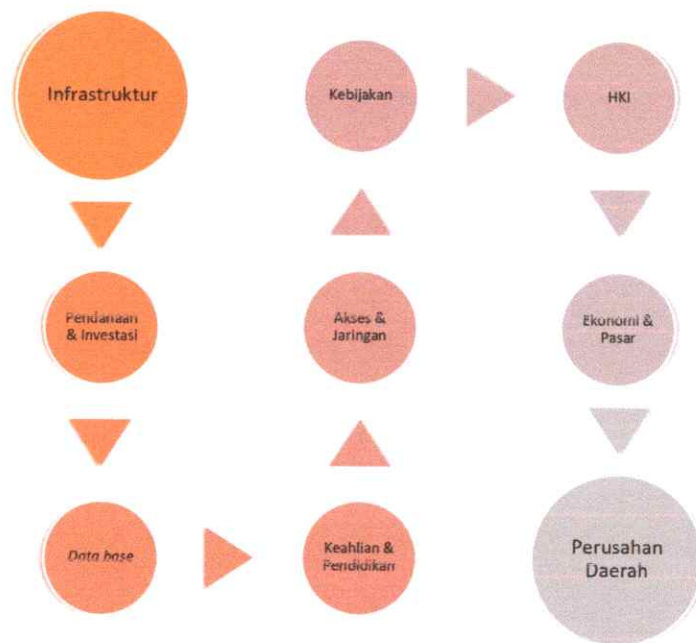
| Dimensi | Opsi | F | % |
|--|------------------------------|----------|----------|
| Umur (tahun) | • 20 – 30 | 4 | 20 |
| | • 31 – 40 | 6 | 30 |
| | • 41 – 50 | 3 | 15 |
| | • 51 – 60 | 7 | 35 |
| | • >60 | 0 | 0 |
| Gender | • Laki-laki | 8 | 40 |
| | • Perempuan | 12 | 60 |
| Wilayah/area kajian | • Laham | 4 | 20 |
| | • Long Hubung | 4 | 20 |
| | • Long Bagun | 4 | 20 |
| | • Long Pahangai | 4 | 20 |
| | • Long Apari | 4 | 20 |
| Profesi utama | • PNS | 5 | 25 |
| | • Pelaku ekraf | 5 | 25 |
| | • Pemangku adat | 5 | 25 |
| | • Komunitas wisata/Pokdarwis | 5 | 25 |
| Pendidikan | • SMP/SLTP | 5 | 25 |
| | • SMA/SMK | 6 | 30 |
| | • Diploma | 1 | 5 |
| | • Sarjana | 4 | 20 |
| | • Magister | 4 | 20 |
| Sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh pemerintah | • Pengembangan Permainan | 0 | 0 |
| | • Arsitektur | 0 | 0 |
| | • Desain Interior | 3 | 15 |
| | • Musik | 6 | 30 |
| | • Kriya (Kerajinan Tangan) | 0 | 0 |
| | • Seni Rupa | 1 | 5 |
| | • Desain Produk | 1 | 5 |
| | • Fashion | 4 | 20 |
| | • Kuliner | 1 | 5 |
| | • Film, Animasi, dan Video | 2 | 10 |
| | • Fotografi | 0 | 0 |
| | • Desain Komunikasi Visual | 0 | 0 |
| | • Televisi dan Radio | 0 | 0 |
| | • Periklanan | 2 | 10 |
| | • Seni Pertunjukan | 0 | 0 |
| | • Penerbitan | 0 | 0 |
| • Aplikasi | 0 | 0 | |
| Potensi ekraf yang diprioritaskan | • Pengembangan Permainan | 0 | 0 |
| | • Arsitektur | 0 | 0 |
| | • Arsitektur | 0 | 0 |

| | | | |
|--|---|----|------|
| usaha (tahun) | • 1 – 5 | 4 | 23.5 |
| | • 6 – 10 | 2 | 11.8 |
| | • 11 – 15 | 9 | 52.9 |
| | • >15 | 2 | 11.8 |
| Sumber ide/gagasan | • Lingkungan/komunitas | 6 | 35.3 |
| | • Keahlian/pendidikan | 8 | 47.1 |
| | • Kursus | 3 | 17.6 |
| Pengetahuan terhadap ekraf | • Ya | 10 | 58.8 |
| | • Tidak | 7 | 41.2 |
| Seberapa besar wawasan terhadap ekraf | • Singkat (sebatas definisi) | 1 | 5.9 |
| | • Melalui perkembangan usaha | 5 | 29.4 |
| | • Menindaklanjuti prospek dan tantangan | 11 | 64.7 |
| Variasi produk ekonomi kreatif yang dihasilkan (jenis) | • 1 | 15 | 88.2 |
| | • 2 | 2 | 11.8 |
| | • 3 | 0 | 0 |
| | • >3 | 0 | 0 |
| Target pasar dari produk | • Kabupaten Mahakam Ulu | 7 | 41.2 |
| | • Provinsi Kalimantan Timur | 10 | 58.8 |
| | • Nasional | 0 | 0 |
| | • Internasional | 0 | 0 |
| Jumlah karyawan untuk produksi (orang) | • Tidak ada (dibantu keluarga) | 4 | 23.5 |
| | • 1 – 4 | 6 | 35.3 |
| | • >5 | 7 | 41.2 |
| | • >5 | | |
| Peran karyawan atau keluarga dalam usaha | • Sangat berperan | 8 | 47.1 |
| | • Cukup berperan | 9 | 52.9 |
| | • Kurang berperan | 0 | 0 |
| | • Tidak berperan | 0 | 0 |
| Kontribusi infrastruktur terhadap ekraf | • Penting | 17 | 100 |
| | • Tidak penting | 0 | 0 |
| Modal usaha | • Modal sendiri | 9 | 52.9 |
| | • Pinjaman | 2 | 11.8 |
| | • Modal bersama | 6 | 35.3 |
| Kendala/permasalahan yang ada | • Ya | 17 | 100 |
| | • Tidak (<i>stop sampai disini</i>) | 0 | 0 |
| Kendala dominan yang dihadapi | • Finansial | 5 | 29.4 |
| | • SDM | 2 | 11.8 |
| | • Pemasaran | 3 | 17.6 |
| | • Distribusi | 6 | 35.3 |
| | • Bahan baku | 1 | 5.9 |
| Solusi mengatasi permasalahan | • Akses kemitraan (kelembagaan) | 6 | 35.3 |
| | • Membuka jaringan pasar | 11 | 64.7 |
| Infrastruktur pendukung yang dibutuhkan | • Infrastuktur fisik | 15 | 88.2 |
| | • Infrastruktur non-fisik | 2 | 11.8 |
| Upaya pemerintah mendorong kemajuan dan eksistensi ekraf | • Pendampingan dan pelatihan | 4 | 23.5 |
| | • Dukungan modal | 5 | 29.4 |
| | • Dukungan modal | 6 | 35.3 |

| | | | |
|--------------------------------------|---|---------|--------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran • Sertifikasi | 2 | 11.8 |
| Kebijakan masa depan yang diharapkan | <ul style="list-style-type: none"> • Bantuan internal • Bantuan eksternal | 14 3 | 82.4 17.6 |

Selanjutnya, 35,3% lebih memilih untuk upaya pemerintah dalam memaksimalkan eksistensi ekraf dari jalur pemasaran. Sementara itu, 29,4% masih berharap pada bantuan modal, 23,5% relatif memilih pendampingan dan pelatihan, dan 11,8% adalah dukungan sertifikasi. Khusus sertifikasi yang dimaksud adalah pencatatan resmi dari Kementerian Hukum dan HAM menyoal Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas produk ekraf yang telah lama dibuat agar mendapat kepastian hukum, mendapat royalti, terbebas dari pelanggaran, dan menghindari klaim sepihak dari pelaku ekraf lain atas karya yang beredar. Terakhir, untuk mengoptimalkan nilai daya tawar ekraf di Kabupaten Mahakam Ulu, kebijakan paktis yang berimplikasi terhadap pelaku ekraf, terlebih dahulu membutuhkan sinkronisasi dari setiap lini. Sebanyak 82,4% informan beranggapan jika bantuan internal lebih dibutuhkan sekarang ini ketimbang bantuan eksternal (17,6%).

Kabupaten Mahakam Ulu terus berupaya untuk meningkatkan baik secara kuantitas maupun kualitas untuk para pelaku usaha ekonomi kreatif. Salah satu caranya adalah dengan mengembangkan seni membatik untuk warga dari berbagai kampung. Langkah ini diharapkan akan memberikan dorongan bagi ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif di “Bumi Urip Kerimaan”. Dalam lensa pariwisata, produk-produk ekonomi kreatif diharapkan akan menjadi pendorong pemulihan ekonomi yang kuat. Rumusan tentang tantangan dan peluang pengembangan ekonomi kreatif merupakan bagian penting dalam penentuan kebijakan pembangunan jangka menengah lima tahun mendatang. Pemetaan tantangan pembangunan yang baik, menjadi dasar bagi perumusan intervensi program dan kegiatan pembangunan yang komprehensif. Tantangan pengembangan ekonomi kreatif menggambarkan kinerja daerah atau kondisi kelembagaan yang belum sesuai harapan. Sedangkan, peluang merupakan kesempatan yang harus diperhatikan atau dikedepankan dalam perencanaan pembangunan karena dampaknya yang signifikan bagi sektor ekonomi kreatif di masa mendatang.



Gambar 4.
Peta Permasalahan Ekraf di Kabupaten Mahakam Ulu

Mengacu analisis yang ada, yang disinyalir menjadi akar masalah pokok, diantaranya: (1) keterbatasan infrastruktur, (2) pendanaan dan investasi yang minim, (3) *data base* ekraf, (4) keahlian dan pendidikan, (5) akses dan jaringan, (6) dukungan kebijakan, (7) HKI, (8) kondisi ekonomi dan kestabilan pasar, serta (9) peran Perusda. Sembilan masalah primer diatas dipetakan berdasarkan bagian-bagian yang paling mendekati hambatan utama dan kerap ditemui di lapangan seperti yang terangkum di Gambar 4. Inti dari Gambar 4 yakni menampilkan sembilan elemen yang menjadi masalah dan penghambat dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu dengan rincian lengkapnya dijelaskan berikut:

1. Infrastruktur,

Kurangnya infrastruktur, khususnya fasilitas sentral berupa fisik seperti: jalan jembatan, jalan penghubung antara satu Kampung dengan lainnya, dan kelengkapan infrastruktur lainnya dapat menghambat kegiatan ekraf dan memperlambat. Berbicara infrastruktur, merupakan perihal paling utama untuk menggerakkan ekonomi, termasuk ekraf.

2. Pendanaan dan investasi,

Kurangnya pendanaan dan investasi, berakibat fatal untuk merangsang kemajuan ekraf. Tidak memungkiri, bahwa modal awal untuk memulai atau menjalankan sebuah bisnis dalam produk kreatif merupakan pondasi yang tidak luput menjadi perhatian. Dasar untuk menilai pertumbuhan atau perkembangan pesat atau tidaknya dari ekraf juga mempertimbangkan nilai kucuran dana baik itu berasal dari investasi sendiri/pemilik usaha maupun dukungan investasi berupa pinjaman.

3. *Data base*,

Data base seputar ekraf yang belum dapat di akses via *online* akan memicu penurunan peluang bisnis dan tidak dapat ditangkap oleh investor dengan optimal. Seharusnya, data ekraf direkapitulasi menjadi satu sistem atau bersifat "Satu Data Untuk Semua". Hal ini juga penting dalam menyusun regulasi. Data keberadaan ekraf di Kabupaten Mahakam Ulu hendaknya dapat dikelola secara konsisten, agar menjadi acuan untuk membuat kajian akademisi dan laporan lainnya. Juga, data perlu dibuat secara rinci, bukan hanya potensi kearifan lokal secara umum semata, tetapi lebih spesifik mengacu jenisnya.

4. Keahlian dan pendidikan,

Pengembangan ekonomi kreatif memerlukan tenaga kerja yang memiliki keterampilan khusus yang memadai menyangkut beberapa bidang ekraf yang bersinggungan dengan budaya lokal, mencakup: seni, desain, teknologi, dan hiburan. Jika Mahakam Ulu tidak memiliki SDM yang kompeten sesuai kebutuhan ekraf dan kesempatan didepan mata, dirasa tidak memungkinkan revitalisasi ekraf. Sebagai gambaran, tingkat pendidikan juga memainkan peran vital dalam mempengaruhi mindset individual, khususnya pelaku ekraf. Jika tidak segera direstorasi, maka mustahil akan jauh tetinggal ketimbang wilayah lain. Keahlian dan pendidikan mempunyai relasi yang saling berkaitan, dimana pilar psikologis turut berdampak pada pola pikir dalam menentukan masa depan ekraf itu sendiri.

5. Akses dan jaringan,

Keterbukan dunia IT tidak bisa terelakkan lagi. Kurangnya akses ke pasar dan jaringan akan mendorong ketidakstabilan manajemen. Akses ke pasar lokal dan global sangat penting bagi bisnis kreatif. Apabila Kabupaten Mahakam Ulu tidak dilengkapi oleh akses pasar terkoneksi langsung dengan jaringan bisnis, maka pertumbuhan ekonomi kreatif dipastikan akan memudar. Saat memasuki persaingan bisnis yang dihadapkan pada pasar terbuka misalnya, maka mau tidak mau perlu mengikuti dinamika yang sesuai dengan apa yang dimaui oleh pasar.

6. Kebijakan,
Kebijakan yang dimaksud adalah regulasi pemerintah. Perlunya dukungan pemerintah yang dituangkan ke kebijakan akan menentukan nasib pelaku ekraf. Secara tidak langsung, pemerintah menjadi inisiator untuk setidaknya merangsang ekraf melalui berbagai Perda, insentif, dan bantuan lain yang berkaitan dengan penanganan ekraf. Jika pemerintah setempat tidak mendukung sektor ini dengan komprehensif, maka harapan terhadap eksistensi ekraf yang dicita-citakan menjadi sia-sia.
7. Hak Kekayaan Intelektual (HKI),
Pelanggaran hak cipta, paten, dan merek dagang dapat menghambat perkembangan ekraf. Perlindungan HKI yang lemah atau kurangnya penegakan hukum dapat merusak motivasi untuk berinovasi dalam penciptaan suatu karya. Perlindungan atas HKI harus ditangani dengan bijak agar tidak merugikan satu pihak. Seringkali, pengajuan/usulan HKI komoditas ekraf lambat diproses. Maka dari itu, keakuratan waktu dan keterjangkauan biaya perlu menjadi prioritas.
8. Ekonomi dan pasar,
Ketidakstabilan ekonomi, fluktuasi pasar, dan anomali permintaan konsumen dapat mengganggu bisnis kreatif. Perubahan yang drastis sering terjadi jika produk atau layanan yang ditawarkan oleh sektor ini dianggap sebagai barang mewah yang sensitif terhadap pergeseran ekonomi. Terkadang, dinamika ekonomi dan pasar terjadi pada momen tertentu, semisal contohnya adalah permintaan yang menjulang tinggi ketika pertambahan arus kedatangan wisatawan domestik dan asing, acara-acara festival tertentu, pameran komoditas ekraf yang mengharuskan untuk dipamerkan dihadapan pengunjung, serta penilaian pemerintah pusat terhadap kinerja produk ekraf sebuah daerah.
9. Perusda,
Terakhir yaitu perusahaan daerah (Perusda). Bagian ini jarang disorot, bahkan pernah dijumpai di studi-studi yang mengangkat tematik ekraf tidak memasukkan peran Perusda untuk membangun ekraf. Padahal, tanpa disadari, Perusda sudah sejak lama hadir di sekeliling kluster ekraf. Sangat disayangkan, apabila kehadiran Perusda tidak diajak untuk bermitra. Selain itu, potensi ekraf tidak akan berkembang apabila tidak melakukan *networking* dengan perusahaan semisal Perusda. Sebuah jalinan atau ikatan yang terlepas selama ini antara ekraf dengan Perusda dapat membatasi kesempatan bisnis. Untuk kasus di Kabupaten Mahakam Ulu, belum ada Perusda yang melakukan kemitraan dengan ekraf lokal. Normalnya, Perusda dapat menyalurkan CSR atau minimal mengadakan aksi perubahan yang berimplikasi pada kemajuan ekraf, minimal pemberdayaan *packaging* terhadap produk ekraf agar menarik calon pembeli atau konsumen baru. Membentuk Perusda yang bisa menaungi/mengakomodir ekraf dipandang sebagai asumsi yang paling masuk akal sekarang ini.

Sebagai Kabupaten yang terus bertumbuh, *semi-urban*, belum sepenuhnya menjadi Kabupaten ideal yang modern dan kreatif, Kabupaten Mahakam Ulu membutuhkan masukan-masukan atau perspektif baru yang bisa memberikan gagasan untuk nilai tambah Kabupaten ini. Sudah banyak pihak yang menyadari bahwa Kabupaten Mahakam Ulu memiliki potensi besar untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai sumber pertumbuhan ekonomi. Namun demikian, lebih banyak dari kita yang berfokus pada masalah yang menjadikan Kabupaten ini masih belum maksimal sebagai Kabupaten kreatif. Dalam perspektif tersebut, diperlukan suatu arah baru bagi percepatan pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu untuk jangka waktu yang tidak terlalu lama (2021–2025), tetapi tetap mempertimbangkan segenap faktor yang relevan secara komprehensif via riset empiris.

Salah satu basis utama dari *roadmap* ini adalah unsur keseimbangan, yaitu antara perspektif jangka menengah (2023–2027) dan aspek-aspek strategis yang menjadi fondasi ekonomi kreatif pasca 2025. Keseimbangan juga dibutuhkan dalam menyoroti potensi ekonomi yang berasal dari internal dan faktor eksternal yang melingkupinya. Sebagai contoh, Kabupaten Mahakam Ulu sebagai Kabupaten destinasi wisata dan etalase produk-produk usaha mikro di Kalimantan Timur adalah karakteristik yang bisa dimaksimalkan, dan itu tidak lepas dari faktor-faktor eksternal. Seperti situasi ekonomi nasional dan global, maupun asistensi dari eksternal, misalnya inovasi teknologi dari perguruan tinggi. Terkait aspek keseimbangan, hal itu juga tercermin dari subsektor yang menjadi fokus *roadmap* ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu.

BAB II.

VISI, MISI DAN TUJUAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN MAHAKAM ULU

A. Visi

Dalam penyusunan *roadmap* ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu, dilakukan dengan pengumpulan data primer dari pelaku ekonomi kreatif melalui kuesioner, wawancara dan *Focus Group Discussion*. Selain itu, data primer juga dikumpulkan dari konsumen produk (barang dan jasa) ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Mahakam Ulu. Dari data primer tersebut diolah untuk memperoleh gambaran potensi dan permasalahan pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu. Setelah diidentifikasi potensi dan permasalahan pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu, maka dirumuskan visi dan misi pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu. Selanjutnya, ditetapkan tujuan dan sasaran pengembangan ekonomi kreatif yang diiringi bentuk program kegiatan dalam rangka pencapaian visi yang sudah dirumuskan berikut:

“Menjadikan Kabupaten Mahakam Ulu menjadi Pusat Ekonomi Kreatif yang Unggul dan Berdaya Saing di Kalimantan Tahun 2023-2027”

Visi pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu yang ditetapkan ini merupakan panduan arah pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu yang sejalan dengan misi 4 dalam RPJMD Kabupaten Mahakam Ulu Periode 2019–2024, yaitu mewujudkan Kabupaten Mahakam Ulu sebagai pusat perdagangan dan ekonomi kreatif.

B. Misi

Pernyataan visi diatas menyajikan maksud strategis yang didesain untuk memfokuskan energi dan sumber daya seluruh *stakeholders* atau aktor ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu untuk mencapai tujuan di masa depan. Untuk itu, misi dibuat mengacu situasi yang terjadi saat ini dan mengeksplorasi ketimpangan antara kondisi saat ini dengan kondisi yang ingin dicapai di masa depan. Adapun misi pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas pelaku ekonomi kreatif serta ekosistem pendukungnya di Kabupaten Mahakam Ulu.
2. Mewujudkan sumber daya manusia ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu yang unggul dan berdaya saing.
3. Mengoptimalkan infrastruktur dan kolaborasi ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu.
4. Memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk peningkatan daya

saing ekonomi kreatif.

5. Mendorong kecintaan dan solidaritas sosial dan ekonomi terhadap Kabupaten Mahakam Ulu.

C. Tujuan

Untuk mewujudkan visi dan misi pengembangan ekonomi kreatif tersebut, maka perlu dirumuskan upaya-upaya yang harus dilakukan dalam bentuk pernyataan tujuan. Pernyataan tujuan yang jelas sangat membantu dalam menetapkan tujuan, sasaran, arah kebijakan, dan merumuskan strategi secara efektif. Dalam menentukan tujuan, tahap perumusan sasaran strategis yang menunjukkan tingkat prioritas paling tinggi dalam rencana pengembangan ekonomi kreatif, dan selanjutnya menjadi dasar penyusunan strategi, program, dan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif Kabupaten Mahakam Ulu untuk 5 tahun (2017-2023) ke depan. Dalam hal ini, tujuan, sasaran, dan arah kebijakan merupakan kondisi perkembangan ekonomi kreatif yang diharapkan terjadi di Kabupaten Mahakam Ulu yang lewat permasalahan, isu strategis, dan potensi. Pengembangan ekraf Kabupaten Mahakam Ulu didasarkan dengan model layaknya sebuah bangunan, yang terdiri dari elemen-elemen berupa pondasi (landasan), bangunan (pilar) dan atap (aktor utama). Berikut merupakan penjelasan spesifiknya:

1. Industri,

Industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang terkait dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah Negara atau area tertentu. Analisis dengan *Porter diamond* sebagai *framework* ini dilakukan untuk mengupayakan terbentuknya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan sempurna yang mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor tersebut.

2. Teknologi,

Teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non-material, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau aktivitas yang membentuk kumpulan metode untuk mengubah budaya. Teknologi ini akan merupakan *enabler* untuk mewujudkan kreativitas individu dalam karya nyata.

3. Sumber daya,

Sumber daya yang dimaksudkan disini adalah input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, selain ide atau kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya insani yang merupakan landasan dari industri kreatif ini. Sumber daya meliputi sumberdaya alam maupun ketersediaan lahan yang menjadi input penunjang dalam industri kreatif. Sumberdaya material yang khas Indonesia seperti misalnya rotan adalah salah satu keunikan dari bangsa Indonesia.

4. Institusi,

Institusi dalam pilar pengembangan industri kreatif dapat didefinisikan sebagai tatanan sosial (termasuk di dalamnya adalah kebiasaan, norma, adat, aturan, serta hukum yang berlaku). Tatanan sosial ini bisa yang bersifat informal seperti sistem nilai, adat istiadat, atau norma maupun formal dalam bentuk peraturan perundang-undangan.

5. Lembaga intermediasi keuangan,

Lembaga intermediasi keuangan adalah lembaga yang berperan menyalurkan pendanaan kepada pelaku industry yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal/ekuitas maupun pinjaman/kredit. Lembaga intermediasi keuangan merupakan salah satu elemen penting untuk untuk menjembatani kebutuhan keuangan bagi pelaku dalam industri kreatif.

Pengembangan ekraf di Mahakam Ulu melibatkan peran berbagai elemen meliputi: pemerintah, lembaga keuangan, asosiasi, media masa, agen (agen wisata dan *event organizer*), serta lembaga pendidikan dan pelatihan. Setiap elemen memiliki peran yang berbeda-beda dalam mendukung berkembangnya sektor ekonomi kreatif maupun paket pengembangan ekraf di Mahakam Ulu. Peran dari semua *stakeholder* dalam pengembangan ekraf di Mahakam Ulu saling terkait dan bersinergi.

BAB III.
KEBIJAKAN, STRATEGI DAN SASARAN PENGEMBANGAN
EKONOMI KREATIF KABUPATEN MAHAKAM ULU

A. Kebijakan Ekonomi Kreatif

Kebijakan ekraf mengikuti intruksi yang ditetapkan oleh pemerintah pusat. Tonggak pengembangan ekonomi kreatif Indonesia diinisiasi pada tahun 2017 melalui peta jalan (biasanya disebut dengan *blue print*) ekonomi kreatif Indonesia dengan tajuk “Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025” oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Ekraf pada saat itu dinilai memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak yang dapat mewujudkan “Indonesia yang mandiri, maju, adil dan makmur” sesuai dengan visi pembangunan Indonesia hingga 2025 mendatang. *Blue print* ekonomi kreatif Indonesia tahun 2025 mengangkat 7 (tujuh) isu strategis yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif meliputi:

1. Ketersediaan sumber daya manusia kreatif yang profesional dan kompetitif;
2. Ketersediaan bahan baku yang berkualitas, beragam, dan kompetitif;
3. Pengembangan industri yang berdaya saing, tumbuh, dan beragam;
4. Ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses, dan kompetitif;
5. Perluasan pasar bagi karya kreatif;
6. Ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif;
7. Kelembagaan dan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif.

Berdasarkan isu-isu strategis yang telah diidentifikasi berdasarkan kondisi internal dan eksternal pengembangan ekonomi kreatif nasional, ditetapkan bahwa visi pengembangan ekonomi kreatif hingga 2025 mendatang adalah menjadikan:

“Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Terciptanya Indonesia yang Berdaya Saing dan Masyarakat Berkualitas Hidup”

Untuk mencapai visi menjadikan ekonomi kreatif sebagai penggerak terciptanya Indonesia yang berdaya saing dan masyarakat berkualitas hidup, maka disusun misi meliputi dibawah ini:

1. Mengoptimalkan pengembangan dan pelestarian sumber daya lokal yang berdaya saing, dinamis dan berkelanjutan;
2. Mengembangkan industri kreatif yang berdaya saing, tumbuh, beragam, dan berkualitas;
3. Mengembangkan lingkungan yang kondusif yang mengarusutamakan kreativitas dalam pembangunan nasional dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan.

Adapun visi ekonomi kreatif Indonesia dijelaskan berikut:

“Bangsa Indonesia yang Berkualitas Hidup dan Bercitra Kreatif di Mata Dunia”

Untuk mendukung visi diatas, misi dipaparkan berikut:

“Memberdayakan Sumber Daya Insani Indonesia sebagai Modal Utama Pembangunan Nasional”

1. Peningkatan kontribusi industri kreatif terhadap pendapatan domestik bruto Indonesia;
2. Peningkatan ekspor nasional dari produk/jasa berbasis kreativitas anak

- bangsa yang mengusung muatan lokal dengan semangat kontemporer;
3. Peningkatan penyerapan tenaga kerja sebagai dampak terbukanya lapangan kerja baru di industri kreatif;
 4. Peningkatan jumlah perusahaan berdaya saing tinggi yang bergerak di industri kreatif;
 5. Pengutamaan pada pemanfaatan pada sumber daya yang berkelanjutan bagi bumi & generasi yang akan datang;
 6. Penciptaan nilai ekonomis dari inovasi kreatif, termasuk yang berlandaskan kearifan dan warisan budaya nusantara;
 7. Penumbuhkembangan kawasan-kawasan kreatif di wilayah Indonesia yang potensial;
 8. Penguatan citra kreatif pada produk/jasa sebagai upaya pencitraan negara (*national branding*) Indonesia di mata dunia Internasional.

Disamping itu, Kabupaten Mahakam Ulu juga perlu menyesuaikan, mengikuti, serta menindaklanjuti turunan dari visi dan misi pengembangan ekraf dari Provinsi Kalimantan Timur yang tercantum dalam Peraturan Gubernur Kalimantan Timur Nomor 42 Tahun 2021 tentang “Roadmap Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2021-2025” dengan penjabaran visi berikut:

“Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Utama Perekonomian Daerah menuju Kalimantan Timur Berdaulat”

Untuk mencapai visi yang ditetapkan, pengembangan sektor ekraf Kalimantan Timur diaktualisasikan dengan mengacu misi berikut:

“Mengembangkan Ekosistem Ekonomi kreatif untuk Mewujudkan Kalimantan Timur melalui Pemberdayaan Kreativitas SDM yang Berakhlak Mulia dan Berdaya serta Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif yang Berdaya Saing”

B. Strategi Ekonomi Kreatif

Pondasi dari pilar ekraf Kabupaten Mahakam Ulu tentu mengikuti rencana strategis yang disusun oleh kementerian yang berwenang. Rencana strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2024 disusun secara selaras dan mendukung visi presiden Republik Indonesia, yaitu: “Terwujudnya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong”. Penyelarasan ini yang dijadikan landasan visi Kemenparekraf/ Baparekraf yakni:

“Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang Maju, Berdaya Saing, Berkelanjutan, serta Mengedepankan Kearifan Lokal”

Visi tersebut sejalan dengan *blue print* ekraf tahun 2025. Guna mendukung visi pariwisata dan ekraf. Oleh karena itu, dalam upaya melaksanakan visi tersebut maka diusung misi bahwa “Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memperkuat struktur ekonomi nasional yang produktif, mandiri dan berdaya saing melalui optimasi pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif”. Berdasarkan visi dan misi Presiden Republik Indonesia yang secara otomatis menjadi visi dan misi Kemenparekraf/ Baparekraf khususnya bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, maka ditentukan tujuan strategis (*strategic goals*) Kemenparekraf/ Baparekraf.

Tujuan ini menjadi tujuan akhir pembangunan nasional bidang pariwisata dan ekonomi kreatif dalam menyukseskan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024. Tujuan

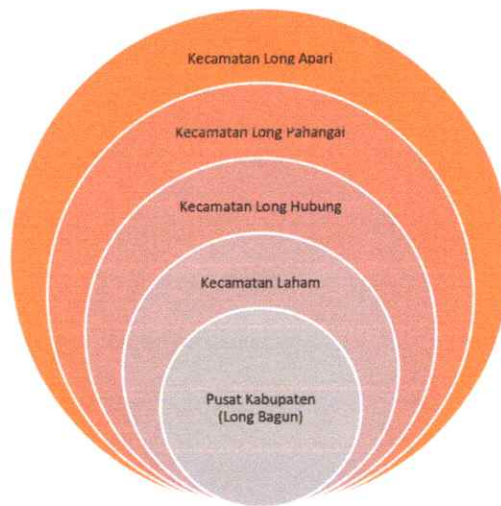
Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020-2024 adalah “Meningkatnya kontribusi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terhadap ketahanan ekonomi nasional”. Pencapaian tujuan ini diukur melalui 3 (tiga) indikator, yaitu: nilai devisa pariwisata, kontribusi PDB Pariwisata, dan nilai ekspor produk ekonomi kreatif.

C. Sasaran Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekraf Kabupaten Mahakam Ulu terbagi menjadi tiga prioritas. Prioritas pertama adalah sub-sektor seni tari, kriya, kerajinan, dan masakan/kuliner. Prioritas kedua yaitu sub-sektor desain dan seni pertunjukkan. Prioritas ketiga yakni sub-sektor fashion, video, film dan fotografi, musik, serta musik. Arah pengembangan ekraf Kabupaten Mahakam Ulu Tahun 2023-2027 dikelompokkan sesuai dengan satu landasan dan enam pilar utama, meliputi:

1. Pelaku,
Pengembangan aspek manusia ini diarahkan pada penciptaan insan kreatif dengan pola pikir dan moodset kreatif.
2. Sumber daya,
Pengembangan aspek sumber daya ini diarahkan pada pemanfaatan bahan baku dalam negeri secara efektif bagi industri di bidang ekonomi kreatif.
3. Teknologi,
Pengembangan aspek teknologi ini diarahkan pada penerapan teknologi yang mendukung penciptaan kreasi dan terjangkau oleh masyarakat.
4. Industri,
Pengembangan aspek industri ini diarahkan pada pengembangan industri kreatif yang unggul di pasar, dengan peran dominan wirausahawan lokal.
5. Kelembagaan,
Pengembangan aspek kelembagaan ini diarahkan pada penguatan kelembagaan ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu.
6. Pembiayaan,
Pengembangan aspek pembiayaan ini diarahkan pada tercapainya tingkat kepercayaan yang tinggi oleh lembaga pembiayaan terhadap industri ekonomi kreatif di Kabupaten Mahakam Ulu sebagai industri yang menarik.

Dalam konteks sasaran pengembangan ekraf Kabupaten Mahakam Ulu, tatanan ekraf itu sendiri harus dimulai dari Ibukota, dimana Kecamatan Long Bagun sebagai lokasi sentral atau pusat dari industri ekraf. Secara spasial, Long Bagun menitikberatkan dan menciptakan ruang ekraf. Pasalnya, kunci dari prospek bisnis ekraf di Kabupaten Mahakam Ulu tentu diawali oleh titik kegiatan ekonomi yang paling dominan. Kecamatan Long Bagun menjadi area penyusunan kebijakan ekraf yang diformulasikan kedalam Perda, penyediaan bahan baku, titik pendistribusian/pengiriman dari dalam ataupun luar daerah, pencatatan/administrasi, transaksi dengan arus keuangan yang besar, dan wadah pelatihan keterampilan.



Gambar 5.
Hirarki Pemberdayaan Ekraf Berdasarkan Tipologi

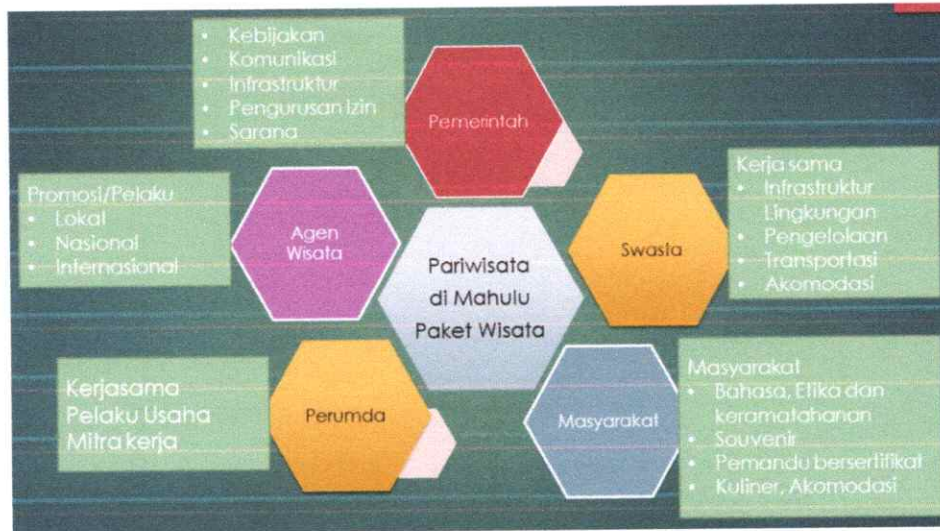
Seperti yang terpampang di Gambar 5, memungkinkan Kecamatan Laham untuk menyediakan sumber daya tambahan (ambil contoh bahan baku) sekaligus dapat menampung produksi barang/jasa ekraf. Dengan jarak paling dekat dengan Ibukota yaitu 56 Km, posisi Laham juga menekankan kepastian armada transportasi sungai apabila unit kendaraan di Long Bagun dalam proses alokasi ekraf kurang berjalan optimal. Long Hubung menjadi Kecamatan penghubung kedua yang jaraknya terdekat kedua dengan Long Bagun sekitar 69 Km. Kecamatan Long Hubung ditempatkan dalam posisi strategis yang mendukung dan memandu tiga daerah terluar dari Long Bagun, sehingga kontribusinya sebagai pemandu atau titik penjemputan agar terintegrasi secara maksimal. Kemudian, penguatan sasaran ekraf tertuju pada daerah ketiga yang berjarak cukup jauh dari pusat kota yakni Kecamatan Long Pahangai (155 Km). Peran dari Long Pahangai juga tidak kalah pentingnya seperti Long Hubung. Sebagai daerah terluas ketiga di Mahakam Ulu, Kecamatan Long Pahangai difungsikan untuk memastikan pengelolaan ekraf yang profesional karena wilayah ini mempunyai interaksi, ragam, dan jenis ekraf yang luar biasa untuk ditonjolkan. Terakhir, adalah Kecamatan Long Apari yang berjarak 335 Km atau terbilang terjauh dari Long Bagun. Wilayah dengan luar area paling luas di Kabupaten Mahakam Ulu ini, diproyeksikan menampung sumber daya ekraf dalam kapasitas yang besar, sehingga tidak memungkiri untuk didorong dalam penyalur bahan baku dasar. Disamping itu, mengingat posisi Kecamatan Long Apari sebagai daerah terluar yang berbatasan langsung dengan tiga Provinsi sekaligus: Kabupaten Malinau (Kaltara), Kabupaten Murung Raya (Kalteng), serta Kabupaten Kapuas Hulu (Kalbar) untuk mempercepat pembangunan infrastruktur melalui penguatan manufaktur yang terakselerasi dengan pendistribusian, operasional, penjualan dan juga perlu terkoneksi di sekitar Negara tetangga seperti Serawak-Malaysia.

BAB IV.

RENCANA AKSI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN MAHAKAM ULU

Rencana aksi berisi strategi, indikator, kondisi, program/kegiatan, estimasi biaya serta pemangku kepentingan terkait. Rencana aksi pengembangan ekraf Kabupaten Mahakam Ulu disajikan pada Tabel dibawah ini. Pada dasarnya, ekraf merupakan bagian dari ekowisata yang memungkinkan perluasan infrastruktur untuk meningkatkan jaringan infrastruktur seperti: internet,

jalan penghubung antar Kampung, fasilitas digital, air bersih, ketercukupan listrik, pasar, *travel agent*, perbankan, *tour guide*, *money changer*, jasa pengiriman, dan beragam hal yang tertuang dalam Gambar 6. Diluar pemerintah, juga diperlukan *stakeholders* yang berkaitan dengan agen wisata, swasta, komunitas/masyarakat, dan Perumda.



Gambar 6.
Pilot Project antara Ekowisata dengan Ekraf

Singkatnya, ada sembilan lembaga yang menjadi tumpuan menuju ekraf secara inklusif di Kabupaten Mahakam Ulu dengan pembagian tugas masing-masing berikut:

1. DPRD,
DPRD Memprakarsai dan menindaklanjuti amanah pelaku ekraf untuk dibuat atau disusun Perda berdasarkan hasil kajian analisis, peraturan yang berlaku, termasuk pengalokasian 10% APBD untuk sektor ekraf.
2. Dispora,
Menginisiasi dan menerapkan ekraf kedalam Rencana Kegiatan Anggaran (RKA) dengan membentuk divisi khusus yang membina, memberdayakan, sampai pada tahap monitoring dan evaluasi (Monev) secara berkala. Kemudian, membentuk forum/komite yang bertugas menjaring pendanaan hibah untuk pelaku ekraf.
3. Bappelitbangda,
Serupa dengan program yang lainnya, Bappelitbangda dapat memfasilitasi Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) terkait ekraf mulai di level Kampung, Kecamatan, hingga Kabupaten. Setelahnya, memasukkan ekraf sebagai bagian penting dalam Rencana Kerja Perangkat Daerah (RKPD), Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD), dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) dengan haluan anggaran yang proporsional.
4. Dinas PUPR,
Memastikan sarana fisik dan non-fisik yang layak sesuai standar operasional.
5. Dinas Pendidikan & Kebudayaan,
Menempatkan ruang khusus pelatihan/loka karya bagi pelaku ekraf. Selain itu, memberi beasiswa penuh terhadap anak/keluarga/yang dianggap sebagai penerus dari ekraf.
6. Diskominfo,
Menjamin ketersediaan *data base* terkait *profile* ekraf yang dapat diakses oleh berbagai pihak.
7. DPMPTSP,

Membantu pengurus administrasi untuk pelaku ekraf yang ingin membuka, mengembangkan, dan membuat produk baru. DPMPTSP juga perlu memastikan payung hukum yang akan mempermudah perizinan usaha.

8. Disperandagkop,

Memediasi pelaku ekraf untuk masuk atau menjadi bagian dari jaringan UMKM dan koperasi, sehingga menekankan pada kolaborasi produksi yang terintegrasi dengan pasar luas.

9. Perusda,

Turut membantu dalam hibah pendanaan maupun pinjaman, termasuk seperti lembaga perbankan juga dapat mempermudah persyaratan administrasi.

Kebijakan Prioritas 1: Pembedayaan Pelaku Ekonomi Kreatif
 Sasaran 1: Meningkatkan Peran Pelaku Ekonomi Kreatif di berbagai Sektor Pembangunan

Tabel 2.
 Rencana Aksi Pertama Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Mahakam Ulu

| Strategi | Indikator | Kondisi Saat Ini | Kondisi yang diharapkan | Program dan Kegiatan | | | | | | Pemangku Kepentingan |
|--|--|---|---|--|---|--|--|---|---|----------------------|
| | | | | Tahun 2023 | Tahun 2024 | Tahun 2025 | Tahun 2026 | Tahun 2027 | | |
| 1. Meningkatkan kualitas materi penun-bukhem bangunan kreatifas dan pola pikir desain (muatan lokal) sejak sekolah dasar hingga sekolah menengah | 1. Tersedia modul belajar penun-buh Kemba-ngan kreatif dan pola pikir yang terstandaris a si, aplikatif, dan berorien-tasi Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI) 2. Tersedia platform komunikasi digital untuk memper-luas akses pada modul belajar | Belum tersedia modul dan implemen-tasi untuk memba-ngun pola pikir desain (design thinking) | Femaha-man model belajar secara holistik untuk memba-ngun pola pikir desain (design thinking) | Penyusunan modul dan struktur pada kurikulum yang melibatkan Tim ULS-Pasdaloka Unnuul sebagai akademisi dan konite ekonomi kreatif | 1. Sosialisasi modul "Design Thinking" pada sekolah formal dan non formal di Mahakam Ulu 2. Pembuatan platform komuni-kasi digital | Implementasi modul "Design Thinking" tingkat beginner di 5 Kecamatan | Implementasi modul "Design Thinking" tingkat intermediate di 5 Kecamatan | Implementasi modul "Design Thinking" tingkat Advance di 5 Kecamatan | Disdik, Diskorinfo, Disperinda-kop, Disnaker, BI, Korporasi, Lembaga Pendidikan/ Akademiisi, Pelaku Usaha, Komunitas, Media | |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|----|
| 1 | 2. Meningkatkan pelaksanaan program pembelajaran dan pelatihan yang mengikutsertakan Pelaku Ekonomi Kreatif | Tersedia ruang belajar konvensional dan digital untuk mengaplikasikan model pembelajaran Ekraf (Pelatihan, Workshop dan Magang) | Belum tersedia ruang belajar khusus dengan konsep Pelatihan, Workshop dan Magang untuk pengembangan ekonomi kreatif | Terciptanya pola kerja sama (Pelatihan, Workshop dan Magang) antara pelaku ekraf dan DUDI (diperkuat dengan Memorandum Of Understanding / MOU dan Memorandum of Agreement/ MOA) | Pelatihan/workshop berbasis potensi lokal di 5 Kecamatan | Pelatihan standarisasi kompetensi pekeja di 5 Kecamatan | | 8 | 9 | 10 |
| 1 | 3. Meningkatkan kompetensi Pekeja Kreatif agar mampu memanfaatkan peluang pada dunia usaha | Tersedianya forum jejaring kerja untuk mengakselerasi pola pikir "Design Thinking" (knowledge sharing, Kompetensi & awarding | Belum tersedia forum jejaring kejasama khusus sektor ekonomi kreatif | 1. Terciptanya jejaring kejasama ekonomi kreatif 2. Terciptanya motivasi untuk meningkatkan | Pelatihan dan workshop tingkat pemula, madya dan mahir pada 5 Kecamatan | Pelatihan dan workshop tingkat pemula, madya dan mahir pada 5 Kecamatan | Kompetisi dan awarding bagi para peserta sub sektor pada 5 Kecamatan | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|
| | | | kan daya saing 3. Terciptanya kompetisi pelaku ekraf sesuai standar | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 4. Meningkatkan Kompetensi Pekerja Kreatif agar mampu memanfaatkan peluang pada dunia usaha | Tersedianya forum jejaring kerja untuk mengakselerasi pola pikir "Design Thinking" (<i>knowledge sharing, kompetisi & awarding</i>) | Belum tersedia forum jejaring kerjasama khusus sektor ekonomi kreatif | 4. Terciptanya jejaring kerjasama sektor ekonomi kreatif | Pelatihan dan workshop tingkat pemula, madya dan mahir pada 5 Kecamatan | Pelatihan dan workshop tingkat pemula, madya dan mahir pada 5 Kecamatan | Kompetisi dan <i>awarding</i> bagi para peserta sub sektor pada 5 Kecamatan | Sertifikasi kompetensi pekerja tingkat pemula madya dan mahir sub sektor pada 5 Kecamatan | Perluasan Akses peluang pasar tenaga kerja ekraf (Forum investor, Pameran di dalam dan luar negeri) | Dispar Disperindakop Disnakaer, BI, Korparansi, Lembaga Pendidikan/Akad emisi, Pelaku Usaha, Komunitas media. |

Kebijakan Prioritas 2: Peningkatan Pembiayaan bagi Usaha Ekonomi Kreatif
 Sasaran 2: Mengembangkan Sistem Pembiayaan bagi Usaha Ekonomi Kreatif

Tabel 3.
 Rencana Aksi Kedua Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Mahakam Ulu
 Program dan Kegiatan

| Strategi | Indikator | Kondisi Saat Ini | Kondisi yang diharapkan | Program dan Kegiatan | | | | | Pernangku Kepentingan |
|---|--|--|--|---|---|---|---|---|--|
| | | | | Tahun 2023 | Tahun 2024 | Tahun 2025 | Tahun 2026 | Tahun 2027 | |
| 1. Mengembangkan bangunan sistem pembiayaan khusus (hibah, dana bergulir, dana CSR, dana subsidi dll) | Peningkatan jumlah pelaku ekraf dalam memperoleh bantuan / dukungan pembiayaan selama 5 tahun di 5 Kecamatan | 1. Kurangnya pelaku ekraf yang memperoleh bantuan / Dukungan pembiayaan selain dari APBD / APBN 2. Kurang pemahaman pengajuan proposal pembiayaan 3. Baru terdapat 2 Komite ekraf di Kalim (Kukar & Balikpapan) 4. Banyak sub sektor ekraf tidak memiliki | 1. Tersedianya dana hibah khusus untuk pelaku ekraf 2. Keterampilan pengajuan proposal kerjasama pembiayaan bagi pelaku usaha ekraf | 1. Pemandangan/Bim Tek pengajuan proposal hibah di 5 Kecamatan 2. Fasilitas forum kolaboratif untuk implementasi sistem pembiayaan usaha ekraf | 1. Pemandangan/Bim Tek pengajuan proposal hibah di 5 Kecamatan 2. Fasilitas forum kolaboratif untuk implementasi sistem pembiayaan usaha ekraf | 1. Pemandangan/Bim Tek pengajuan proposal hibah di 5 Kecamatan 2. Fasilitas forum kolaboratif untuk implementasi sistem pembiayaan usaha ekraf | 1. Pemandangan/Bim Tek pengajuan proposal hibah di 5 Kecamatan 2. Fasilitas forum kolaboratif untuk implementasi sistem pembiayaan usaha ekraf | 1. Pemandangan/Bim Tek pengajuan proposal hibah di 5 Kecamatan 2. Fasilitas forum kolaboratif untuk implementasi sistem pembiayaan usaha ekraf | Dispar, Disperindakop, B1, Pihak Swasta yang memiliki program CSR, Bappeda, Pelaku Usaha, Komite ekraf, komunitas ekraf, media, akademisi (Tim ULS-Padaloka Ummul) |

| | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | wadah komunitas | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | |
| 2. Mengembangkan sistem informasi untuk sosialisasi skema pembiayaan khusus | Adanya Portal/ website/ sistem informasi mengenai skema pembiayaan dan bantuan | Kurangnya informasi mengenai bantuan hibah untuk pengembangan bangunan usaha kreatif | Tersedianya Portal/ website/ sistem informasi mengenai sistem pembiayaan dan Bantuan di 5 Kecamatan | Pembangunan sistem informasi terkait bantuan sistem pembiayaan di Kabupaten Mahakam Ulu | Updating sistem informasi terkait bantuan sistem pembiayaan di tingkat Kabupaten Mahakam Ulu | Updating sistem informasi terkait bantuan sistem pembiayaan di tingkat Kabupaten Mahakam Ulu | Updating sistem informasi terkait bantuan sistem pembiayaan di tingkat Kabupaten Mahakam Ulu | Updating sistem informasi terkait bantuan sistem pembiayaan di tingkat Kabupaten Mahakam Ulu | Updating sistem informasi terkait bantuan sistem pembiayaan di tingkat Kabupaten Mahakam Ulu | Dispar Disperindakop; BI, Pihak Swasta yang memiliki program CSR; Bappeda; Pelaku Usaha; Komite ekraf; komunitas akademi | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | |
| 3. Memperluas jangkauan sistem interaksi untuk skema pembiayaan khusus (forum investor forum filantropi dll) | Adanya Forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Belum adanya Forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Tertaksananya Forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Fasilitas forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Fasilitas forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Fasilitas forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Fasilitas forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Fasilitas forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Fasilitas forum/event/ekraf financial club yang mempertemukan pelaku ekraf dan investor (perbankan dan non perbankan) di 5 Kecamatan | Dispar Disperindakop; BI, Pihak Swasta yang memiliki program CSR; Bappeda; Pelaku Usaha; Komite ekraf; komunitas akademi | |

Kebijakan Prioritas 3: Penyediaan Infrastruktur & Teknologi yang Memadai/Kompetitif bagi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif
 Sasaran 3: Tersedianya Infrastruktur & Teknologi yang Memadai/Kompetitif bagi Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif

Tabel 4.
Rencana Aksi Ketiga Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Mahakam Ulu

| Strategi | Indikator | Kondisi Saat Ini | Kondisi yang Diharapkan | Program dan Kegiatan | | | | | | Peningku Kepentingan |
|--|---|---|---|--|--|--|--|--|--|----------------------|
| | | | | Tahun 2023 | Tahun 2024 | Tahun 2025 | Tahun 2026 | Tahun 2027 | 10 | |
| 1. Mengembangkan co-working space (tempat untuk berbagi ide kreatif dan memulai usaha) dan sarana prasarana kawasan usaha (<i>science and techno park</i>) | 2. Tersedianya tempat dan sarana bagi ide kreatif dan bisnis berkembang | 3. Atmosfer ruang eksplorasi ide dan Research and Development (R&D) untuk pengembangan produk serta konektivitas pasar belum optimal sinergis | 4. Atmosfer ruang eksplorasi ide dan Research and Development (R&D) untuk pengembangan produk serta konektivitas pasar belum optimal sinergis | 5. 1. Studi awal untuk Pengembangan co-working space dan basis data Ekonomi Kreatif yang tersentralisasi serta terkoneksi antar Kampung, Kecamatan dan Kabupaten | 6. 1. Peningkatan kapasitas SDM pengelola co-working space 2. Sosialisasi model co-working space ke Rantai Perhelix Ekraf (ABCGM) 3. Diseminasi model co-working space (EXPO) diberbagai level | 7. 1. Pengembangan kapasitas co-working space sebagai sarana Bussiness match Meking (skala nasional dan internasional) 2. Diseminasi model co-working space (EXPO) diberbagai level | 8. 1. Pengembangan kapasitas co-working space sebagai sarana Bussiness match Meking (skala nasional dan internasional) 2. Diseminasi model co-working space (EXPO) diberbagai level | 9. 1. Pengembangan kapasitas co-working space sebagai sarana Bussiness match Meking (skala nasional dan internasional) 2. Diseminasi model co-working space (EXPO) 3. Evaluasi Efektifitas Co-Working Space & Kawasan Usaha diberbagai level | 10. Dispar, Bappeda Disperindakop, Diskominfo, Dinas tata ruang, BI, Perusahaan swasta / Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI), Pelaku Usaha, Perguruan Tinggi, Komunitas, media | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|--|--|--|--|
| <p>2. Mengembangkan sarana dan prasarana incubator usaha</p> | <p>Tersedianya sarpras yang memadai untuk pengembangan incubator usaha</p> | <p>1. Rintisn usaha tidak berkembang dengan optimal 2. Desain produk kurang menarik 3. Produk belum memenuhi preferensi pasar</p> | <p>1. Rintisn usaha tidak berkembang dengan optimal 2. Desain produk kurang menarik 3. Produk belum memenuhi preferensi pasar</p> | <p>Riset untuk memetakan kebutuhan sarana prasarana dasar dan pendukung incubator usaha</p> | <p>1. Pengembangan ar model percontohan pendampingan incubator usaha</p> | <p>1. Implementasi model pendampingan incubator usaha di 5 Kecamatan 2. Fasilitas investor gathering</p> | <p>1. Implementasi model pendampingan incubator usaha di 5 Kecamatan 2. Fasilitas investor gathering</p> | <p>1. Evaluasi model pendampingan incubator usaha 2. Fasilitas investor gathering</p> | <p>Dispar: Disperindakop Disnakaer, BI, Korparansi, Lembaga Pendidikan/Akad emisi, Pelaku Usaha, Komunitas media.</p> |
| <p>3. Mengembangkan dan menerapkan teknologi modern tepat guna (mesin dan peralatan) untuk mendorong peningkatan kualitas karya kreatif</p> | <p>Peningkatan kualitas dan produktifitas dengan dukungan penerapan teknologi modern</p> | <p>1. Produktivitas belum optimal 2. Kualitas produk kurang baik 3. Proses produksi belum menerapkan teknologi modern tepat guna</p> | <p>1. Produktivitas belum optimal 2. Kualitas produk kurang baik 3. Proses produksi belum menerapkan teknologi modern tepat guna</p> | <p>1. Riset dan workshop Bersama kampus & palaku ekraf untuk pengembangan teknologi modern tepat guna 2. Fasilitas HAKI</p> | <p>1. Pelatihan TOT (Training of Trainer) dalam pengembangan penerapan teknologi modern tepat guna 2. Menyiapkan perangkat digital</p> | <p>1. Pembuatan data base yang memuat data-data ekraf 2. Mendesak pembuatan BPS Kab. Mahulu dalam menghimpun dan penyediaan data</p> | <p>1. Klinik implementasi Teknologi modern tepat guna pada 5 Kecamatan 2. Fasilitas HAKI</p> | <p>1. Kompetisi Gathering teknologi modern tepat guna 2. Evaluasi model kerjasama pengembangan teknologi modern tepat guna</p> | <p>Bappeda, Dispar, Diperindakop, BI, Dunia Usaha, Dunia Industri (DUDI), Pelaku Usaha, Komunitas, Akademi, Media.</p> |

Kebijakan Prioritas 4: Pemasaran dan Promosi Karya Kreatif di dalam serta Luar Negeri
 Sasaran 4: Meningkatkan Promosi dan Akses Pemasaran Karya Kreatif di dalam Luar Negeri

Tabel 5.

Rencana Aksi Keempat Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Mahakam Ulu

| Strategi | Indikator | Kondisi Saat Ini | Kondisi yang diharapkan | Program dan Kegiatan | | | | | | Pemandu Kepentingan |
|--|---|---|---|--|---|---|---|---|--|--|
| | | | | Tahun 2023 | Tahun 2024 | Tahun 2025 | Tahun 2026 | Tahun 2027 | Tahun 2027 | |
| 1. Memperluas jejaring pemasaran karya kreatif (Pameran, misi dagang, dll) | 1. Database keragaman usaha dan produksi barang dan jasa di sektor ekraf 2. Peningkatan efektivitas dan efisiensi pelayanan di dalam dan luar negeri 3. Tersedianya Wadah/orga nisasi pelaku ekraf sebagai simpul, promosi/pemasaran karya ekraf. | 1. Data base belum komprehen sif dan integratif 2. Minimnya sistem pemasaran yang efektif dan terkoneksi dalam jejaring pasar global 3. Penguatan regulasi pemasaran hasil produk ekraf | 1. Data base tersusun komprehen sif dan integratif 2. Terlaksana sistem promosi/pemasaran yang efektif dan terkoneksi dalam jejaring promosi nasional dan global | 1. Pemetaan aspek demand – supply pasar karya ekraf 2. Pengembangan an model promosi/pemasaran karya ekraf melalui platform digital (Ecommerce) 3. Pengembangan an model promosi/pemasaran karya ekraf misi dagang nasional/inter nasional | 1. Implementasi model promosi/pemasaran karya ekraf dengan platform digital (Ecommerce e) di 5 Kecamatan 2. Implementasi model promosi/pemasaran karya ekraf dengan pameran dan misi dagang nasional dan internasional 3. Sosialisasi regulasi pemasaran hasil produk ekraf | 1. Implementasi model promosi/pemasaran karya ekraf dengan pameran dan misi dagang nasional dan internasional 3. Sosialisasi regulasi pemasaran hasil produk ekraf | 1. Implementasi model promosi/pemasaran karya ekraf dengan pameran dan misi dagang nasional dan internasional 3. Sosialisasi regulasi pemasaran hasil produk ekraf | 1. Implementasi model promosi/pemasaran karya ekraf dengan pameran dan misi dagang nasional dan internasional 3. Sosialisasi regulasi pemasaran hasil produk ekraf | 1. Awarding dalam implementasi model promosi dan pemasaran karya ekraf 2. Evaluasi implementasi model promosi dan pemasaran karya ekraf | Disperindkop, Diskorinfo, Dispar, BI, Pihak Swasta yang memiliki program CSR, Pelaku Usaha, Komunitas ekraf, akademisi, media. |

| | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|--|--|--|--|--|---|
| 2. Melaksanakan rencana aksi branding dari karya kreatif | 1. Kesesuaian dan Kekuatan branding karya ekonomi kreatif | 1. Branding yang belum merepresen tasikan kekuatan kearifan lokal sebagai nilai unik karya ekonomi kreatif | 1. Branding mampu merepre-sentasikan kekuatan kearifan lokal sebagai nilai unik karya ekraf | 1. Riset dan pameatan untuk formulasi branding karya ekraf | 1. Mengadakan workshop untuk formulasi branding karya ekraf 2. Kajian lanjutan seputar ekraf dengan ULS-Pasraloka Ummul | 1. Mensosia - lisasikan branding karya ekraf 2. Penguatan regulasi untuk branding karya ekraf | 1. Mensosia - lisasikan branding karya ekraf 2. Penguatan regulasi untuk branding karya ekraf | 1. Evaluasi kekuatan branding kainya ekraf 2. Penguatan branding melalui regulasi ketetapan kuliner khas lokal | Disperindagkop, Diskominifo, Dispar, BI, Pihak Swasta yang memiliki program CSR; Pelaku Usaha; Komunitas ekraf; akademisi, media |
| 3. Meningkatkan sistem informasi pemasaran untuk memahami segmen pasar | 2. Data base karya ekonomi kreatif yang terkoneksi dengan segmentasi pasar 3. Efektivitas dan efisiensi pelayanan sistem informasi pemasaran yang sesuai dengan segmentasi pasar | 2. Belum tersedia data base karya ekonomi kreatif yang terkoneksi dengan segmentasi pasar 3. Efektivitas dan efisiensi sistem informasi pemasaran yang sesuai segmentasi yang masih rendah | 2. Tersedia data base keragaman usaha dan produksi barang dan jasa sektor ekonomi kreatif yang terkoneksi dengan segmentasi pasar 3. Efektivitas dan efisiensi sistem informasi pemasaran yang sesuai dengan segmentasi pasar di dalam | 2. Penyusunan data base keragaman usaha ekonomi kreatif 3. Formulasi model sistem informasi pemasaran yang terkoneksi dengan segmentasi pasar karya ekonomi kreatif (Ecommerce) | 3. Sosialisasi model sistem informasi pemasaran yang terkoneksi dengan pasar karya ekonomi kreatif (Ecommerce) 4. Implementasi model sistem informasi pemasaran yang terkoneksi dengan segmentasi pasar karya ekonomi kreatif (Ecommerce) | 3. Sosialisasi model sistem informasi pemasaran yang terkoneksi dengan pasar karya ekonomi kreatif (Ecommerce) 4. Implementasi model sistem informasi pemasaran yang terkoneksi dengan segmentasi pasar karya ekonomi kreatif (Ecommerce) | 3. Sosialisasi model sistem informasi pemasaran yang terkoneksi dengan pasar karya ekonomi kreatif (Ecommerce) 4. Implementasi model sistem informasi pemasaran yang terkoneksi dengan segmentasi pasar karya ekonomi kreatif (Ecommerce) | 3. Awarding dalam implementasi model promosi dan perasaran karya ekonomi kreatif 4. Evaluasi model sistem informasi pemasaran yang terkoneksi dengan segmentasi pasar | Disperindagkop, Diskominifo, Dispar, BI, Pihak Swasta yang memiliki program CSR; Pelaku Usaha; Komunitas ekonomi kreatif, akadermisi, media |

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | negeri dan luar negeri meningkat | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

Kebijakan Prioritas 5: Pengembangan Standardisasi-Sertifikasi dan Praktik Usaha yang Baik (*Best Practice*) untuk Usaha Ekonomi Kreatif dan Karya Kreatif
 Sasaran 5: Meningkatnya Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif dan Karya Kreatif yang Menerapkan Standardisasi dan Praktik Usaha yang baik (*Best Practice*)

Tabel 6.
Rencana Aksi Kelima Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Mahakam Ulu

| Strategi | Indikator | Kondisi Saat Ini | Kondisi yang Diharapkan | Program dan Kegiatan | | | | | | Pemangku Keperentingan |
|--|---|---|--|--|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Tahun 2023 | Tahun 2024 | Tahun 2025 | Tahun 2026 | Tahun 2027 | 10 | |
| 1. Meningkatkan kapasitas pelaku usaha sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) | 1. Jumlah pelaku usaha yang tersertifikasi profesi 2. Jumlah Usaha yang memiliki sertifikat halal 3. Jumlah Usaha kuliner yang tersertifik asi BPOM | 1. Jumlah pelaku usaha yang terserti- fikasi profesi masih rendah 2. Jumlah Usaha yang memiliki sertifikat rendah 3. Jumlah Usaha kuliner yang tersertifikasi BPOM masih rendah | 1. Mayoritas jumlah pelaku usaha memiliki sertifikasi profesi 2. Mayoritas Usaha yang memiliki sertifikasi SNI 3. Mayoritas jumlah Usaha kuliner yang tersertifikasi BPOM masih rendah | 1. Penyusunan database profil usaha dan pelaku ekonomi kreatif 2. Pemetaan kebutuhan sertifikasi usaha (SNI) dan profesi pelaku | 1. Sosialisasi sistem sertifikasi usaha ekstraf kapasitas dan pelaku ekstraf 2. Peningkatan kapasitas usaha dan pelaku ekstraf 3. Fasilitasi sertifikasi pelaku usaha ekstraf | 1. Sosialisasi sistem sertifikasi usaha ekstraf kapasitas dan pelaku ekstraf 2. Peningkatan kapasitas usaha dan pelaku ekstraf 3. Fasilitasi sertifikasi pelaku usaha ekstraf | 1. Sosialisasi sistem sertifikasi usaha ekstraf kapasitas dan pelaku ekstraf 2. Peningkatan kapasitas usaha dan pelaku ekstraf 3. Fasilitasi sertifikasi pelaku usaha ekstraf | 1. Sosialisasi sistem sertifikasi usaha ekstraf kapasitas dan pelaku ekstraf 2. Peningkatan kapasitas usaha dan pelaku ekstraf 3. Fasilitasi sertifikasi pelaku usaha ekstraf | 1. Evaluasi sistem sosialisasi sertifikasi usaha ekstraf 2. Evaluasi sistem peningkatan an kapasitas usaha dan pelaku ekstraf 3. Evaluasi sistem sertifikasi pelaku usaha ekstraf | Diperindagkop, Dispar, Diskominfo, Bf, Pelaku Usaha, Balai Mutu Barang, BPOM, MUI, Akademisi, Media |

| | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>2. Meningkatkan riset dan pendampingan untuk meningkatkan kualitas serta keragaman karya kreatif</p> | <p>1. Tersedia model riset dan pendampingan untuk pengembangan kualitas dan keragaman karya kreatif</p> <p>2. Terselenggara program untuk mengimplemantasikan model riset dan pendampingan</p> | <p>1. Tersedia model riset dan pendampingan untuk pengembangan kualitas dan keragaman karya kreatif</p> <p>2. Terselenggara program untuk mengimplemantasikan model riset dan pendampingan</p> | <p>1. Tersedia model riset dan pendampingan untuk pengembangan kualitas dan keragaman karya kreatif</p> <p>2. Terselenggara program untuk mengimplemantasikan model riset dan pendampingan</p> | <p>1. Penyusunan data base keragaman usaha ekonomi kreatif</p> <p>2. Identifikasi kebutuhan dukungan riset dan pendampingan</p> <p>3. Formulasi model riset dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> | <p>1. Sosialisasi model riset dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> <p>2. Implementasi model riset dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> | <p>1. Sosialisasi model riset dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> <p>2. Implementasi model riset dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> | <p>1. Sosialisasi model riset dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> <p>2. Implementasi model riset dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> | <p>1. Awarding Implementasi model riset dan pendampingan dari pendampingan pelaku ekonomi kreatif</p> <p>2. Evaluasi model riset dan pendampingan dan pendampingan ekonomi kreatif</p> | <p>Dispar, Disperindakop, Perguruan Tinggi, Disdikbud, Pelaku Usaha, Komunitas Ekonomi Kreatif, B, Media</p> |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|--|--|--|--|--|
| <p>3. Mengembangkan sistem kemitraan (lokal, nasional dan global) untuk meningkatkan kemampuan manajemen bisnis dan hukum dari pelaku usaha</p> | <p>1. Tersedia model kemitraan untuk penguatan kapasitas pelaku usaha yang memiliki pola manajemen bisnis modern dan berkekuatan hukum</p> <p>2. Terselenggara program implementasi kemitraan untuk penguatan kapasitas pelaku usaha yang memiliki pola manajemen bisnis modern dan berkekuatan hukum</p> | <p>1. Kapasitas manajemen usaha ekonomi kreatif dan kekuatan hukum masih lemah</p> <p>2. Tidak tersedia model kemitraan untuk penguatan kapasitas manajemen bisnis dan berkekuatan hukum</p> <p>3. Tidak ada program implementasi kemitraan untuk penguatan kapasitas manajemen bisnis dan berkekuatan hukum</p> | <p>1. Kapasitas manajemen usaha ekonomi kreatif dan kekuatan hukum meningkat</p> <p>2. Tersedia model kemitraan untuk penguatan kapasitas manajemen bisnis dan berkekuatan hukum</p> <p>3. Terlaksana program implementasi kemitraan untuk penguatan kapasitas manajemen bisnis dan berkekuatan hukum</p> | <p>1. Penyusunan data base keragaman usaha ekonomi kreatif dan potensial</p> <p>2. Formulasi model kemitraan untuk penguatan manajemen dan aspek hukum yang sesuai kebutuhan</p> | <p>1. Sosialisasi model kemitraan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> <p>2. Implementasi model kemitraan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> | <p>1. Sosialisasi model kemitraan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> <p>2. Implementasi model kemitraan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> | <p>1. Sosialisasi model kemitraan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> <p>2. Implementasi model kemitraan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha ekonomi kreatif</p> | <p>1. Awarding Implementasi model kemitraan usaha ekonomi kreatif</p> <p>2. Evaluasi model kemitraan usaha ekonomi kreatif</p> | <p>Disparitas, Dispendakop, Perguruan Tinggi, Disdikbud, Korporasi yang memiliki program CSR, Pelaku Usaha, Komunitas Ekonomi Kreatif, BI, Media</p> |
|---|---|--|---|--|--|--|--|--|--|

ijakan Prioritas 6: Peningkatan Perlindungan dan Pemanfaatan Kekayaan Intelektual
 aran 6: Peningkatan Perlindungan dan Pemanfaatan Kekayaan Intelektual bagi Usaha Ekonomi Kreatif

Tabel 7.

Rencana Aksi Keenam Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Mahakam Ulu

| Strategi | Indikator | Kondisi Saat Ini | Kondisi Yang Diharapkan | Program dan Kegiatan | | | | | | Pemangku Kepentingan |
|--|--|---|---|---|--|--|--|---|---|----------------------|
| | | | | Tahun 2023 | Tahun 2024 | Tahun 2025 | Tahun 2026 | Tahun 2027 | 10 | |
| 1 Mengen- bangkan sistem pelayanan pendaftaran kekayaan intelektual yang cepat, mudah, biaya terjangkau dan transparan | 2 1. Penam- bahan unit layanan pendaftaran HAKI 2. Pengembangan sistem pendaftaran HAKI yang cepat, mudah, terjangkau dan transparan | 3 1. Belum berfungsi unit layanan pendaftaran HAKI secara optimal 2. Pengembangan sistem pendaftaran HAKI yang cepat, mudah, terjangkau dan transparan | 4 1. Berfungsi- nya unit layanan khusus dalam pendaftaran HAKI untuk usaha ekonomi kreatif 2. Sistem / Teknis layanan menjadi lebih mudah, cepat dan terjangkau 3. Merik potensial dari usaha ekonomi kreatif mampu terdaftar HAKI | 5 1. Pembentuk n unit layanan pendaftaran HAKI untuk usaha ekonomi kreatif 2. Pengembang an sistem layanan pendaftaran HAKI yang lebih mudah, cepat dan terjangkau 3. Pengkajian / pemetaan untuk pendaftaran HAKI | 6 1. Sosialisasi unit dan sistem layanan pendaftaran HAKI untuk usaha ekonomi kreatif 2. Fasilitasi pendaftaran HAKI yang lebih mudah, cepat dan terjangkau untuk usaha ekonomi kreatif 3. Fasilitasi pendaftaran HAKI untuk merk potensial | 7 1. Sosialisasi unit dan sistem layanan pendaftaran HAKI untuk usaha ekonomi kreatif 2. Fasilitasi pendaftaran HAKI yang lebih mudah, cepat dan terjangkau untuk usaha ekonomi kreatif 3. Fasilitasi pendaftaran HAKI untuk merk potensial | 8 1. Sosialisasi unit dan sistem layanan pendaftaran HAKI untuk usaha ekonomi kreatif 2. Fasilitasi pendaftaran HAKI yang lebih mudah, cepat dan terjangkau untuk usaha ekonomi kreatif 3. Fasilitasi pendaftaran HAKI untuk merk potensial | 9 1. Membangun data base pendaftaran HAKI 2. Evaluasi dan monitoring sistem pendaftaran HAKI yang sudah dijalankan | 10 Dispar, Kemenkumham, Disperinda- kop, El, Diskominfo, Pelaku Usaha, Komunitas Ekonomi Kreatif, Akademisi, Media | |

| | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|---|--|--|--|---|---|
| <p>Meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku usaha mengenai pemanfaatan kekayaan intelektual</p> | <p>1. Terbentuk kesadaran Pelaku ekonomi kreatif terhadap urgensi HAKI jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif yang terdaftar HAKI</p> | <p>1. Kurangnya pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap urgensi HAKI 2. Rendahnya minat pelaku usaha mendaftarkan merk HAKI</p> | <p>1. Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku ekonomi kreatif terhadap urgensi Mayoritas usaha ekonomi kreatif terdaftar HAKI</p> | <p>1. Penyusunan data base keragaman usaha ekonomi kreatif dan kebutuhan HAKI 2. Sosialisasi urgensi HAKI dan sistem pendaftarannya</p> | <p>1. Sosialisasi urgensi HAKI dan sistem pendaftarannya 2. Pemandangan, Pengurusan HAKI</p> | <p>1. Sosialisasi urgensi HAKI dan sistem pendaftarannya 2. Pemandangan, Pengurusan HAKI</p> | <p>1. Sosialisasi urgensi HAKI dan sistem pendaftarannya 2. Pemandangan, Pengurusan HAKI</p> | <p>1. Evaluasi Kesadaran pelaku usaha dalam pendafaran HAKI 2. Penyusunan database dokumen HAKI telah terdaftar</p> | <p>Dispar, Kemenkumham, Disperindagkop, BI, Diskominfo, Pelaku Usaha, komunitas ekraf, Akademi, Media</p> |
|--|--|---|--|---|--|--|--|---|---|

| | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|--|--|--|--|
| <p>Penegakan hukum untuk perlindungan kekayaan intelektual secara terpadu dan konsisten</p> | <p>3. Pemahaman terhadap sistem hukum terkait HAKI usaha ekonomi kreatif</p> <p>4. Tindakan penegakan dan pemberian sanksi hukum atas pelanggaran HAKI usaha ekonomi kreatif</p> | <p>3. Pemahaman terhadap sistem hukum terkait HAKI usaha ekonomi kreatif</p> <p>4. Tindakan penegakan dan pemberian sanksi hukum atas pelanggaran HAKI usaha ekonomi kreatif belum berjalan terpadu dan konsisten</p> | <p>2. Pemahaman terhadap sistem hukum terkait HAKI usaha ekonomi kreatif</p> <p>3. Tindakan penegakan dan pemberian sanksi hukum atas pelanggaran HAKI usaha ekonomi kreatif berjalan terpadu dan konsisten</p> | <p>3. Pemetaan potensi konflik permasalahan penyalahgunaan HAKI</p> | <p>3. Sosialisasi produk hukum terkait HAKI usaha ekonomi kreatif</p> <p>4. Advokasi pelaku usaha yang mengalami pelanggaran HAKI</p> <p>5. Penegakan dan pemberian sanksi hukum atas pelanggaran HAKI usaha ekonomi kreatif</p> | <p>3. Sosialisasi produk hukum terkait HAKI usaha ekonomi kreatif</p> <p>4. Advokasi pelaku usaha yang mengalami pelanggaran HAKI</p> <p>5. Penegakan dan pemberian sanksi hukum atas pelanggaran HAKI usaha ekonomi kreatif</p> | <p>3. Sosialisasi produk hukum terkait HAKI usaha ekonomi kreatif</p> <p>4. Advokasi pelaku usaha yang mengalami pelanggaran HAKI</p> <p>5. Penegakan dan pemberian sanksi hukum atas pelanggaran HAKI usaha ekonomi kreatif</p> | <p>3. Advokasi pelaku usaha yang mengalami pelanggaran HAKI</p> <p>4. Penegakan hukum atas pelanggaran HAKI usaha ekonomi kreatif</p> <p>5. Evaluasi penegakan hukum atas pelanggaran HAKI usaha ekonomi kreatif</p> | <p>Dispar, Kemenkum-ham, Disperindag-kop, BI, Diskominfo, Pelaku Usaha, komunitas ekraf, Akademi, Media.</p> |
|---|--|---|---|---|--|--|--|--|--|

**BAB V.
PENUTUP**

Roadmap pengembangan ekonomi kreatif Tahun 2023-2027 ini disusun sebagai pedoman/petunjuk operasional perluasan ekonomi kreatif di lingkup Kabupaten Mahakam Ulu untuk para pemangku kepentingan yang terdiri dari: pemerintah daerah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, serta penggiat media sebagaimana yang telah diamankan dalam Peraturan Gubernur Kalimantan Timur Nomor 42 Tahun 2021.

Ditetapkan di Ujoh Bilang
Pada tanggal 9 Agustus 2024
BUPATI MAHAKAM ULU,

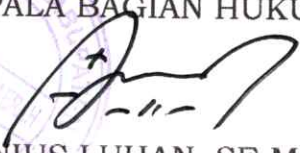
ttd

BONIFASIUS BELAWAN GEH

Diundangkan di Ujoh Bilang
pada tanggal 9 Agustus 2024
SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN MAHAKAM ULU,

ttd

STEPHANUS MADANG

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BAGIAN HUKUM,

ARSENIUS LUHAN, SE, M. Hum
NIP. 19820402 201001 1 016

BERITA DAERAH KABUPATEN MAHAKAM ULU TAHUN 2024 NOMOR 16